



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

FACULTAD DE COMUNICACIÓN, LINGÜÍSTICA Y LITERATURA

ESCUELA DE COMUNICACIÓN

EL HUMOR GRÁFICO COMO CONSTRUCCIÓN DE LA CULTURA  
POLÍTICA EN ECUADOR

DISERTACIÓN PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN CON MENCIÓN EN  
PERIODISMO EN PRENSA, RADIO Y TELEVISIÓN

AUTORA:

DANIELA YANZZA

DIRECTOR:

JORGE CRUZ, MSC.

QUITO, 2018

## ***Dedicatoria***

*A mis padres quienes me enseñaron a asumir  
responsabilidades y a ser honesta en cada  
acto que realizo.*

*A mi hermana quien siempre me ha  
demostrado que hay que ser más amables y  
tolerantes que la sociedad en donde  
crecemos.*

*A mis amigos por dejarme pensar siempre en  
voz alta.*

*A Dios por permitirme ser feliz y demostrarme  
que nada es imposible.*

## ÍNDICE

### CAPÍTULO I

<b>1.1</b>	Caricatura política	5
<b>1.1.1</b>	Género de la caricatura política	5
<b>1.2</b>	Caricatura política en lo digital	10
<b>1.2.1</b>	Las comunidades de práctica	12
<b>1.2.2</b>	Diseñar gráficamente	14
<b>1.3</b>	La caricatura: un subtipo de discurso político	16
<b>1.3.1</b>	Nacionalismo	21
<b>1.4</b>	Cultura política moderna	22
<b>1.4.1</b>	Cultura política 2.0	24
<b>1.5</b>	El color en lo digital	29

### CAPÍTULO II

<b>2.1</b>	Historicidad política con humor	33
<b>2.1.1</b>	Los medios y la política	33
<b>2.2</b>	Sistema de la Ley de Comunicación en Ecuador	37
<b>2.2.1</b>	Nueva reforma a la Ley Orgánica de Comunicación	43

### CAPÍTULO III

<b>3.1</b>	Humor híbrido	59
<b>3.2.</b>	Bonil a trazos	60
<b>3.2.1</b>	Lo nuevo de Bonil	60
<b>3.3</b>	Bonilladas	63
<b>3.3.1</b>	La caricatura de la libertad	65

<b>3.4</b>	<b>Estudio grupo focal</b>	<b>66</b>
<b>3.4.1</b>	<b>Metodología</b>	<b>66</b>
<b>3.4.2</b>	<b>Pregunta de investigación</b>	<b>67</b>
<b>3.4.3</b>	<b>Planteamiento del problema</b>	<b>67</b>
<b>3.5</b>	<b>Análisis del grupo de discusión</b>	<b>69</b>
<b>3.5.1</b>	<b>Cultura ecuatoriana</b>	<b>69</b>
<b>3.5.2</b>	<b>Respuestas</b>	<b>73</b>
	<b>Conclusiones</b>	<b>79</b>
	<b>Recomendaciones</b>	<b>80</b>
	<b>ANEXOS</b>	
	<b>Anexo A</b>	<b>82</b>
	<b>Anexo B</b>	<b>89</b>
	<b>Referencias</b>	<b>96</b>

## **1. CAPÍTULO I: Un país sin sátira**

### **1.1 Introducción: caricatura política**

Al profundizar en los caricaturistas políticos con sus publicaciones gráficas en pasquines, periódicos, revistas, hasta asentarse en las plataformas digitales, emerge una moderna mirada de quién es considerado como político, y qué humor gráfico no es político. Hoy en día, el Internet ha transgredido la politicidad en la vida pública, ya que con instrumentos como la caricatura ha transformado la interacción de la comunicación política. Entonces, la representación del comportamiento individual y colectivo a la par del desarrollo de la democracia en lo digital, presenta nuevas vías de debate, cambiados órdenes sociales y culturales, además de renovados procesos políticos.

#### **1.1.1 Género de la caricatura política**

La caricatura ha pasado por un sinnúmero de cambios desde su primer intento de creación a finales del siglo XVI. El nombre “caricatura”, originalmente proviene del vocablo italiano *caricae*, que significa cargar, acentuar o exagerar ciertos rasgos como meros actos de expresión. La caricatura a lo largo de los años se ha convertido en una fuente de conocimiento usada para el debate histórico de un país ya que es una fuente del vestigio cultural el cual ayuda a interpretar sociedades y su respectiva evolución. En concordancia con el pedagogo en Historia, Yuruari Borregales (2017), a la caricatura hay que entenderla como un dibujo que homenajea a un personaje o situación coyuntural, para realizar un reconocimiento, adular y criticar, cualidades que muchas veces pasamos por alto.

Lo caricaturesco surge en medio de los gobiernos democráticos a nivel mundial, y va moldeando sus elementos visuales haciendo manifiestas las luchas políticas en contra de los discursos opositores y coincidentalmente satíricos de los

gobernantes de turno. Para Ávila (2002) en el origen de la caricatura, existe una línea conocida actualmente como “zoocaricatura” en el cual los personajes políticos son representados con cabezas de animales apegadas a las culturas y los tiempos desde donde se las realiza. En concordancia con la historia, se dibujaban personajes animalescos en los papiros egipcios. La zoocaricatura escenifica a los seres humanos con conductas animales en donde, por ejemplo, el perro significa bestialidad, o el burro estupidez. Por ejemplo, en Perú se podían visualizar caricaturas sobre su enfrentamiento con Ecuador, representando con monos a los ecuatorianos. Todo esto, a partir de la guerra peruano- ecuatoriana (1858- 1860) en donde la violencia del lenguaje era un modo de minimizar al enemigo. Huici (2004) afirma: “el enemigo no solo exhibe costumbres, modos de ser y visiones del mundo distintos de los propios, sino que ni siquiera merece ser considerado como miembro del género humano” (p.63). Por lo tanto, Huici (2004) argumenta que los militares peruanos y la mayoría de su población, minoraban a los ecuatorianos a la condición de monos, simios o gorilas, que no pueden ser considerados como seres pensantes.

Gonzáles (2005) refiere que el humor gráfico estuvo presente desde los comienzos de la historia humana, y se desarrolló a la par de la misma por lo que se fue reinventando mientras las ciencias y las culturas también lo hacían. Sea por su cercanía con los periódicos, las revistas, y esencialmente con los cómics, es que la caricatura toma con mayor fuerza su renacer moderno junto con el hombre contemporáneo y la tecnología. Pues bien, de ahí se deriva la caricatura política, que aparece en la Edad Media en la ciudad de Florencia, Italia. Las primeras caricaturas políticas fueron impresas en panfletos al finalizar el siglo XV.

Para finales del siglo XIX, Europa, Estados Unidos, y América Latina, únicamente las élites estaban inundadas por la caricatura política. Debido a que no existía un impulso hacia la imprenta y sus técnicas, entonces no eran asequibles para el pueblo ya que resultaba costoso. Para Gonzáles, en Latinoamérica, la caricatura tiene influencia británica y francesa, pero, el seguimiento histórico nos permite decir que la función del humor gráfico en esta región del continente americano, es utilizada como un arma política. Incidentalmente, en países como

Brasil, la caricatura comienza con la llegada del rey de Portugal *João VI* (1767-1826) debido a su personalidad y sus excéntricas costumbres, las cuales fueron caricaturizadas en distintas ocasiones bajo las descripciones de un hombre tonto, embustero y apático. Desde entonces, existe una escuela de la sátira gráfica en la prensa brasileña. En México, la primera caricatura política publicada llega en el año de 1826 junto con el periódico *Iris*. Conforme a lo que expone el diseñador gráfico, Salomón Sarmiento, en su trabajo “Diseño de una colección de caricaturas que evidencien la importancia del género” (2014), el máximo auge de la caricatura mexicana se da durante la dictadura del presidente Porfirio Díaz, en donde el abuso de poder, y la corrupción de la sociedad implantan un modelo de sátira política y social en este país.

El humor gráfico se cimienta en acontecimientos de dominio público para hacer una imitación del mundo real, pero desde el campo artístico. Es decir que, en el margen creativo del mismo, la caricatura política como la caricatura en general, no es fiel a la descripción de los personajes y hechos políticos; más bien, su único fin es el de causar un entrañamiento y complicidad con el lector. El lector puede identificarse o no con el dibujo, al igual que sucedía en las tragedias griegas, que empleaba el teatro para representar o imitar. Así mismo, ante la diversidad compleja de los seres humanos, la caricatura resalta esos componentes físicos únicos que varían de una persona a otra para encaminar a dónde va su criterio político con su ilustración humorística, es una guía para los que la ven. Solo así dice algo del sujeto y lo hace hablar por medio de las diferentes proporciones de su cuerpo.

En Ecuador existe poca información sobre el humor gráfico. No obstante, el libro *Trazos en el tiempo. La caricatura política en el Ecuador a mediados del siglo XX* del historiador Hernán Ibarra, da cuenta del humor gráfico ecuatoriano a plumilla y acuarela, suscitado por primera vez a mediados del siglo XX por un autor británico del cual no se tiene ningún dato. Durante este periodo, avisos de librerías y catálogos que contenían caricaturas traídas de Estados Unidos, México, Francia y Argentina fueron publicadas en los medios impresos ecuatorianos.

“Se ve a Simón Bolívar con su edecán Diego Ibarra, el General O’Leary, un soldado y un sacerdote en una iglesia de Guayaquil. El dibujo trae una leyenda en inglés sobre las relaciones entre Bolívar y su edecán” (Ibarra, 2006, p.17).

Ibarra (2006) añade también que el Ecuador de los 50 era manejado con una línea democrática que generaba estabilidad política dentro del margen latinoamericano y mundial. Fueron cuatro los demócratas elegidos por los ecuatorianos: Galo Plaza, la tercera llegada al poder de Velasco Ibarra, Camilo Ponce, y el cuarto velasquismo. De ahí en adelante, desde mediados de siglo, la política en el país ha sido manifestada visualmente en medio de conflictos gubernamentales con repercusiones culturales. Disputas entre conservadores y liberales, de donde nace en 1880 la caricatura política en Guayaquil. Periódicos guayaquileños como “Ecuador ilustrado” (1833) y “El Látigo” (1895), y “La Ilustración ecuatoriana” de Quito, agregaron dentro de sus planas a las caricaturas. Así, en Quito en el año 1918 dentro del campo de las Artes Gráficas y Complementarias, se realizó la primera exposición de caricaturas que a *posteriori* se convertiría en algo habitual en el país. Sin embargo, *Caricatura* (1918- 1924) y *Cocoricó* (1932- 1934) fueron las dos revistas que dejaron una huella en la caricatura política, siendo así la revelación de corrientes modernas del arte y de la opinión política en Guayaquil.

En la primera mitad del siglo XIX, el músico y pintor, Juan Agustín Guerrero, dibuja a Quito con la técnica de la litografía, la cual imprimía lo trazado en una piedra caliza. Pero no es hasta 1950 cuando la caricatura política marcaría el manejo periodístico de los medios impresos en el país. La relación entre la caricatura y la política surge como una técnica que manifiesta las ideas de la opinión pública y el espacio político que se desarrollaba en todo el Ecuador. No obstante, existían otros factores que hacían que el consumo de imágenes e ilustraciones humorísticas ante lo político, no tomaran la fuerza necesaria en lo mediático y coyuntural. El analfabetismo de su población era evidente, ante la poca participación de lo gubernamental en pro del crecimiento cultural y social, y la falta de circulación de periódicos y revistas que reforzarán lo informativo. Todo esto, debido a intereses propiamente políticos y mediáticos.



En el ámbito de la información política, siempre se ha hablado de las siempre afamadas disputas entre los políticos de turno locales entre guevaristas, partidarios del populismo de Carlos Guevara Moreno y placistas, a favor del derechismo de Galo Plaza Lasso. De igual manera, están las caricaturas hacia las prácticas políticas de gobiernos “comunistas” contra los llamados “pro-yankis”, el poder de la oligarquía y el pueblo, a lo religioso, a la cultura popular, entre otros tantos. Es así, que la prensa política ecuatoriana imprime, hasta ahora, una sección de opinión que cuenta la vida política cotidiana con enfrentamientos entre el centralismo versus el regionalismo, que pone en tela de duda las funciones del Estado, las identidades locales/regionales, y la identificación con la nación.

Las ideologías y sus sesgos políticos también están presentes en las publicaciones de caricaturas políticas con el fin de privilegiar, desacreditar y hasta publicitar mediáticamente. Ya se anticipaba la mala relación del humor y lo político desde el año 1930 cuando fue clausurado por primera vez un diario impreso: durante quince días *El Universo* dejó de circular en Ecuador. Ibarra (2006) afirma: “por la publicación de una caricatura que representaba al Federico Páez, en un banquete del Círculo Militar, y sugería su próximo reemplazo, algo que corría como rumor. (...) la caricatura divulgaba rumores plagados de información incierta y dudosa”. (pp.25-26).

Federico Páez fue presidente de Ecuador durante el periodo de 1935 a 1937; calificado por muchos, como un dictador por querer encarcelar a todo el que pensaba diferente a él. En el año de 1937, el ex presidente era ilustrado en una caricatura que dejaba ver entre líneas, un posible golpe de Estado durante su gobierno. La publicación de esta caricatura generó un malestar al gobierno de esa época, por lo que dispusieron clausurar a dicho diario. Cuatro meses más tarde, Federico Páez fue derrocado de su gobierno.

En este sentido, la caricatura política forma parte del imaginario colectivo político del receptor; así también, simboliza la ética y moral de los personajes políticos. Según Ibarra (2006), el humor gráfico en la política no tendría cabida en el presente y en el futuro si no estuviese acompañado de la historia de un país, de

sus corrientes artísticas y literarias, o sus procesos políticos. Además, se empeña en simplificar el rol periodístico, es decir, la relación entre los ciudadanos, los medios informativos y la institucionalidad. Las caricaturas políticas son un elemento público y accesible a la información que proviene del Estado, de los actores políticos, de la sociedad que pertenece al lugar donde residimos. La fuente del caricaturista político es la vida diaria, las comunicaciones entre compatriotas o entre gente ajena, pero, sobre todo, es la actividad política.

En la sátira política se utilizan herramientas significantes como las metáforas, los signos y símbolos, las alegorías, que se juntan con los discursos y las personas en el mundo contemporáneo en el que nos desarrollamos. De esta forma, la caricatura desde su concepción natural es un resaltar exageradamente las falencias de algo o alguien. Entonces, la imagen satírica busca un pseudo poder en donde coinciden opiniones que transmiten el descontento de muchos. Todo esto, debiéndose entender como una responsabilidad ante el espacio y la criticidad pública.

En la revista *Caricatura* (1990) consta un artículo del caricaturista Renán Lurie que habla sobre el “encanto” de la caricatura política. Renán Lurie dice: “la caricatura política es la imagen, la faz de la sociedad”. El propósito es que el individuo que es retratado por el caricaturista, por ejemplo, reconozca el manejo del humor gráfico en los ámbitos políticos, sociales, económicos o culturales, a través de la visualización externa. Además, cabe recalcar que, para ser apreciado mediante un dibujo, se debe ser un sujeto altamente reconocible en la sociedad.

## **1.2 Caricatura política en lo digital**

Lo caricaturesco tiene un rol aventajado en contraste con los otros géneros periodísticos, ya que resulta que para el lector, es el primer acceso a la comunicación visual moderna que justamente caracteriza a lo digital (Platero, 2014).

Las nuevas tecnologías han aportado *a grosso modo* a la independencia de la caricatura política porque este género de opinión, al brindar humor, expresión, información, y la capacidad de entretener, lo posiciona más que nunca dentro del consumo comunicativo a escala local, nacional e, inclusive, internacional. Las redes sociales y las demás plataformas digitales, expansibles y accesibles, son ese nuevo espacio de visualización que permite la difusión de este género gráfico.

Los medios digitales de los principales periódicos en Ecuador, Argentina, España, entre otros países, no tienen espacios de difusión impresa que permitan producir más el humor gráfico en general. Es decir, dichos medios contienen uno, dos o mínimo tres caricaturas y así están saturados de los mismos ya que comparten el sitio con editoriales, columnitas, cartas al director, foro de lectores, entre otros. Entonces lo mencionado anteriormente, hace un paréntesis/pausa en lo artístico y detiene una innovación creativa con mira a varios caricaturistas.

En una entrevista realizada para el trabajo “Diseño de una colección de caricaturas que evidencien la importancia de género”, al artista y catedrático Olmedo Alvarado, este argumenta que las revistas, los periódicos, la comunicación, han sabido dar a conocer al humor gráfico político como un género de opinión, sin embargo, no existe una cultura de consumo hacia ello. El mundo digital contemporáneo es una alternativa para dinamizar la creación de las caricaturas para que algunos de sus creadores no sean posicionados sólo como artistas, sino como caricaturistas. En esta publicación, Alvarado menciona que con la presencia de los medios digitales contemporáneos se puede crear una corriente y crear la necesidad de la caricatura para la convivencia de las personas, es decir que sepan que sobre un tema posible encontrar información gráfica en los medios electrónicos.

La caricatura política, una vez posicionada en las plataformas digitales, busca caracterizar la participación en una comunidad de práctica que interactúa en temas de comunicación política, en un ecosistema digital dinamizado con redes sociales virtuales.

### 1.2.1 Las comunidades de práctica

Las comunidades de práctica emergen en la interactividad dentro de fenómeno “punto com”. Para Reyes (2016) el fenómeno “punto com” o burbuja tecnológica comienza a crear empresas que emigran al Internet ya que lo ven como un mercado en el que se puede desarrollar una fuente de negocios desde el año 1991 hasta el año 1997. Además, Reyes (2016) agrega que, con la llegada de compañías americanas tecnológicas como *Microsoft*, se comenzó a implementar la comunicación con otras personas que estaban al otro lado del computador gracias al Internet. Todo esto a un bajo costo y materializando un poder a lo digital.

Wenger (1998) dice: “el aprendizaje es fundamentalmente de la experiencia social” (pp. 271). Por este motivo, las comunidades de práctica son un nicho de aprendizaje ya que incrementa el deseo por encontrar nuevos significados, desde el hecho de experimentar la vida como algo significativo, al ser un acto propio de la naturaleza humana. Es entonces, la enseñanza que nace de la relación entre experiencia y competencia. Aprender, hace que la persona se involucre dinámicamente en temas como la participación y la cosificación, existente en los medios digitales.

Según Wenger (1998) todos pertenecemos a una comunidad de práctica, sea en la casa, en el trabajo, en la escuela o colegio, e inclusive en nuestros pasatiempos. Por ejemplo, los miembros de una familia conviven bajo las mismas prácticas, normas, rutinas, relatos y convenciones. No obstante, esto significa que, así como existen acuerdos, también hay desacuerdos entre los mismos individuos. Igualmente, cuando una persona trabaja en una dependencia, por ejemplo, debe adecuarse a sus compañeros y a sus clientes para tener un sentido de sí mismos con el que puedan vivir. Es decir, entretenerse pero también cumplir con las exigencias que demanda su vida laboral. Con esto se crea una comunidad de práctica donde se establecen determinadas configuraciones sociales en donde la implicación de un sujeto es valorada como una competencia frente al resto.

Una comunidad legitima una práctica, con la que el principio fundamental es hacer lo que sea necesario hacer. En una oficina, un político realiza reuniones diarias para discutir con los simpatizantes de su partido sobre las nuevas reformas de la Constitución de la República del Ecuador. En ese sentido, las comunidades de práctica son informales y universales, aunque no requieran ser representadas bajo un nombre. Y es que, el día a día de un individuo es una comunidad de práctica, ya sea que se la haya vivido una en el pasado, otra en el presente, y seguramente, una distinta en el futuro. De este modo, conocemos quiénes pertenecen a nuestras comunidades de práctica e inclusive, se puede distinguir si individualmente somos elementos periféricos o fundamentales en dichas comunidades.

Un componente clave en las comunidades de práctica es la interacción que, evidentemente se halla presente en el Internet. Desde un criterio descriptivo e interpretativo, temas como la comunicación política construyen comunidades en donde el sujeto innova sus prácticas en los medios digitales. Se busca, entonces, proponer nuevas opciones para una formación política diversa entre los ciudadanos. Entonces, la comunidad de práctica se instaura si su metodología y recursos digitales, son lo suficientemente creativos para promover una participación de ese tipo.

En medio de la infinita aparición de las comunidades de práctica, se crea una experiencia personal que hace que sus miembros vuelvan suya una identidad de participación en donde se adquiere un conocimiento social emergente, que se renueva y reinventa siempre. Ahora bien, que el aprendizaje sea bueno o malo es otro talante que libra de compromiso a el Internet, según Wenger (1998).

Como dice Castells (2004), existe un paradigma tecnológico en referencia a las nuevas tecnologías de comunicación en donde están todo tipo de ideologías que hacen del Internet un medio propicio para la comunicación y los movimientos sociales. Sin embargo, la comunicación en lo digital únicamente puede expandirse si están presentes comunidades de práctica con códigos comunicacionales que compartan los mismos valores y opiniones públicas que mantengan un equilibrio en la sociedad. De aquí emerge la capacidad de influir

además de encaminar a los gobiernos, ya que las redes informáticas actualmente son el instrumento principal para el manejo del poder. De manera que, es el Internet quien posee el poder, no el gobierno.

Como ahora sabemos, las comunidades de práctica han estado vigentes desde la antigüedad, pero con la era tecnológica — web 1.0, 2.0, 3.0 y 4.0 — encontramos un nuevo “diseño” de conocimiento en cuanto al tiempo y espacio. En este diseño se halla la caricatura política que, mediante ilustraciones gráficas, distribuye el poder para que pueda ser definido, interpretado, y adaptado con una identificación o no identificación en el sujeto.

### **1.2.2 Diseñar gráficamente**

Diseñar digitalmente una caricatura con tintes políticos, orienta las prácticas gubernativas como la del voto electoral pero, el objetivo sólo se cumplirá si el individuo se muestra interesado e interactúa con dicho sistema. Para ilustrarlo mejor, una caricatura política que representa los *impases* entre el actual presidente Lenín Moreno y su antecesor Rafael Correa, es subida al Internet en una plataforma como *Twitter*, sucede que habrá un grupo de personas que se aglomerará en ese espacio cosificado desde su celular, pero su experiencia será aún más compleja que cuando existía el lector de opinión de un periódico impreso. Según Wenger (1998), dicha vivencia permite un enfoque más rico ya que se presenta una alta gama de soluciones ante una situación que se supone implica a todos los ciudadanos no solo al poder de un país.

Por lo tanto, la participación que se provoca con una caricatura política digital ha revolucionado y sobrepasado la de un diario impreso. Esta ventaja de lo digital ante lo impreso en el género periodístico de opinión como el humor gráfico, se debe a que el Internet dispone de una “memoria cosificadora”, o sea de almacenamiento y rastreo de información, pero también tiene una “memoria participativa” que alude a un encuentro generacional, narraciones y sistemas de aprendizaje de los que he mencionado anteriormente (Wenger, 1998).

En cuanto a la significación de lo políticamente caricaturesco en la digitalización se encuentra la producción semiótica, la cual cambia cuando hay componentes tecnológicos de por medio, que también se modifican. Por consiguiente, se habla de un ciudadano digital, que como tal, se relaciona con el gobierno y sus instituciones, la comunidad, y la sociedad en general. Galindo (2009) dice que es en la sociedad 2.0 en donde un empleado cualquiera e incluso un caricaturista político, puede comunicarse con el Estado sin tener que convocar alternativas físicas como el agruparse en una marcha en contra de la creación de un impuesto a la salud, para poder ser escuchado o atendido. Este ciudadano digital bien puede ser el caricaturista político de *Twitter*, *Facebook* o *YouTube*. Estos espacios antes mencionados son las ciudades digitales en donde los propios ciudadanos pueden relacionarse entre sí gracias a la tecnología de la información y la comunicación. Una vez más, todo dependerá del uso que se le dé a la tecnología, por ende al Internet, para la construcción de dicha ciudad.

Las Tecnologías de Información y Comunicación — TIC — así como también el Internet, transforman los significados comunicativos de los medios tradicionales. Para esto, existe la necesidad de que se sepa interpretar correctamente la información visual que transmite una caricatura a través del significado de sus signos. Enseguida, la caricatura, a la par de la política digital, fomenta y da lugar a que se desarrolle aún más la comunicación política mediante una participación individual y colectiva para que se pueda hablar sobre la democracia.

Vedel (2005) asegura que a partir del año 2000 los políticos comenzaron a utilizar el Internet como un instrumento enriquecedor para sus campañas electorales. La comunicación electrónica ha producido que la caricatura política motive a los “ciberdebates” sobre candidatos y partidos políticos. Pero tanto el caricaturista como el político necesitan saber qué consumen en lo *off-line* los miembros de las comunidades de práctica para que puedan ser incluidos en lo *on-line*. Por lo tanto, se alcanza el objetivo de lo político que es el poder hacia las masas sea a nivel periodístico o administrativo, debido a que el dibujante, como cualquier otro ciudadano, devela sus preferencias políticas en concordancia con lo que la mayoría consume en sus redes de comunicación interpersonal.

El humor gráfico político origina modelos de comunicación digital en procesos caracterizados por abarcar diferentes niveles de comunicación (intrapersonal, interpersonal, grupal y masivo) que establecen una evidente y relevante capacidad de decisión por parte del receptor respecto al tratamiento e incluso la misma producción de la información circulante (Winner, 1980, p.121- 136).

Así se cimienta el concepto de Castells (2009) que dice que la venida de lo digital a la comunicación dio origen a los *prosumidores*, que son quienes forjan este ámbito colaborativo en Internet en donde todos enseñan y todos aprenden. En este caso, los caricaturistas políticos vendrían a ser los productores de sus ilustraciones pero también son consumidores de sus propios contenidos y de los de otros. La acción visual de la caricatura digital se reduce a cero cuando el poder y la soberanía lo dan los medios y no la comunicación.

### **1.3 La caricatura: un subtipo de discurso político**

El principio principal de un discurso es que este se trata de un hecho lingüístico social, y de un factor psicológico, el cual debe cumplir con ciertas disciplinas dentro de las ciencias sociales individuales. La particularidad del comportamiento propio frente a un discurso, es que este suele adjudicar únicamente a todo lo que crea que es semejante con sus términos, e ignorando al resto.

Según Hodge (2014), el discurso es una forma lingüística que reduce aquellos lazos y conexiones con las fuerzas sociales y sus contextos. El discurso debería tener una mediación que dote de una visión crítica al mismo. Entonces, el análisis crítico que se hace en el discurso sirve para discernir y practicar aquellos efectos sociales complejos que necesitan ser descritos más no explicados. En ese sentido, la interacción es el componente definitorio en este estudio social del discurso. Como punto de partida, el discurso es un “modo general de semiosis” en relación a los diferentes usos que podamos dar a los signos y cómo nos comunicamos con ellos; después, está “la naturaleza social del discurso” como un estudio elevado al igual que el del lenguaje puesto en acción, y por último



está el más importante, que es la crítica hacia el discurso que opina y expone los errores actuales dentro de la sociedad (Jan Blommaert, 2005)

Así pues, en la teoría social se encuentra la “teoría del discurso” a la que Foucault hace referencia en su libro *El orden del discurso*, y en la cual se habla de la no objetividad acerca de dicha hipótesis en pro del desarrollo del lenguaje y el mismo discurso. Foucault (1997) afirma: “(...) en toda sociedad la producción del discurso está a la vez controlada, seleccionada y redistribuida por un cierto número de procedimientos que tienen por función conjurar los poderes y peligros, dominar el acontecimiento aleatorio y esquivar su pesada y temible materialidad” (p.11). En la contemporaneidad, el discurso está construido y perfeccionado en las ramas de la sexualidad y la política, en donde el discurso político no es neutro ni incita al pacifismo, si no que, es un lugar privilegiado para ejercer el poder. La naturaleza del discurso, como se mencionó anteriormente, está lleno de prohibiciones que revelan su intrínseca vinculación con el deseo y el poder. Se trata del discurso que manifiesta una lucha en contra de la dominación por parte del poder del cual un individuo busca también apropiarse.

Para Foucault (1997) los discursos son riesgosos ya que son ellos mismos los que practican su propio control, en el sentido de entender la responsabilidad que este conlleva dentro del ámbito social y político en un país. Todo esto en función de la constante variante entre la clase dominante y dominada, en la cual los discursos de los dominantes quieren permanecer en el poder, y lo dominados desean tener acceso al poder. También se habla de los principios de un discurso: de ordenación, clasificación, y distribución. Es decir, estos principios se rigen a partir de la interpretación del comentario dentro de un discurso, luego de la credibilidad y predisposición que se le otorgue al autor del mismo, para que, así el individuo pueda referirse al creador del discurso como el que detenta la razón y la verdad.

Ahora bien, un modo de definir una caricatura es definiendo su discurso político; esto es, el discurso como la principal arma del ser humano con la que puede defenderse frente a los demás. Hutton (2014) refiere que hay dos ideas que nacen a partir de esta propuesta de análisis, y son la teoría del discurso “fuerte”,

y la hipótesis del discurso “suave”. Ambas teorías están ligadas intrínsecamente con la formación de las diversas opiniones y de la educación social, que se edifican de acuerdo a las convenciones de una comunidad en particular. De ahí que se origina el sentido de “construir” una identificación con el paso del tiempo.

La teoría fuerte significa la naturaleza contingente y subordinada al contexto de las categorías de identidad. Por lo que esto es un rechazo ante la creencia de que dichas categorías de identidad estén por fuera del discurso humano y que además, se las considere atemporales e inmutables. En cambio, la teoría “suave” es considerada como la subsiguiente a la teoría “fuerte”, en la cual el término “construcción” de identidad es una mediación política e ideológica en oposición a las hipótesis “duras” como la raza en donde el calificativo de duro manifiesta lo biológico. “Representa un intento de "suavizar" o "desencializar" una teoría dura, configurándola en su contexto socio-histórico” (Hutton, 2014, p.233).

Entonces, la teoría fuerte está asociada con la presunción de una suposición biológica de la raza sin tener que distinguirlas entre superiores o inferiores. Para Torres (1993) las ideologías raciales sirven para marcar una división entre un grupo social y otro. Así pues, en el discurso político también se ejerce implícitamente prácticas raciales. Santomé opina que la raza es una idea biosociopolítica la cual refleja los discursos, prácticas y divisiones raciales, que a la vez, son el resultado de la historia económica, social, política, y cultural, de la sociedad en la que se desenvuelven. Esto, con el propósito de absolver y resaltar los “privilegios” sociales y económicos de los grupos sociales dominantes que, a la vez, son el resultado de la historia económica, social, política, y cultural de la sociedad en la que se desenvuelven.

Por lo tanto, la teoría “fuerte” es la que ocasiona cierta incomodidad cuando es difundida la caricatura frente a los discursos políticos. Desde pequeños, en los sistemas educativos nos enseñan que las autoridades políticas son y serán objetivas y neutrales dejando nuevamente a la población sin poder. El discurso de la caricatura política es una reflexión sobre los discursos, ya que desenmascara a los actores políticos, quienes también hacen uso de la retórica empleada por el humor gráfico para así, disimular sus políticas públicas.

Según Sánchez (2012), la caricatura política es un subtipo de discurso que resume las características de otros dos tipos de discursos: el que es político por el contenido y el que es periodístico por su espacio y contenido. Así, la caricatura se convierte en un discurso en sí mismo al exponer lo que se ha dicho de la misma boca de los actores políticos y su política. Todo esto con el fin de ridiculizar visualmente por el modo en el que emplean sus discursos gubernamentales. La caricatura, entonces, es un discurso que se transmite gracias a un medio para generar un espacio político en donde se cree una opinión política.

Ahora bien, de todo lo que atañe además de modelar al discurso, y al subtipo de discurso político en la caricatura, prosigue el análisis de la criticidad, su poder y cómo éste se ha encasillado en los medios digitales. Es importante entender lo anterior, ya que esto es lo que identifica a las minorías: clase social, de género, de edad, y del afamado nacionalismo. Un enfoque como el socio-cognitivo del aprendizaje, por ejemplo, depende de la conducta individual hacia la sociedad.

De ahí que, existe el aprendizaje por observación, como el de la caricatura, en donde el discurso visual o textual refuerza o contrasta el juicio propio. En efecto, se derivan otros planteamientos que son la socio-cultura y la socio-historia. Lo crítico se ha hecho presente en el discurso por medio de la comunicación en el campo interpersonal del sujeto, con una técnica basada en el empleo del lenguaje de arriba hacia abajo en pro de la comunicación política. Es decir, semióticos fragmentos con significados que edifican la realidad de la sociedad, la política y la cultura. Así que, los discursos críticos inherentes al periodismo están presentes en la caricatura política para desmitificar las poderosas relaciones con un gobierno, y también, reproducir, cambiar y reconstruirlas haciendo uso de elementos discursivos.

En el libro *Ethnic Relations and Nation Building* (2014) la doctora Malini Ratnasingam argumenta que los medios de comunicación son aquellos que van más allá de nuestra realidad cotidiana, pero esto no significa que no tengan esa ligación tan íntima con los problemas políticos que nos atañen todos los días. Así

mismo, son una fuente que satisface, de cierta forma, la necesidad de difundir información útil e ilustrativa. Aunque su impacto más bien radica en la representación del tipo de identidades sociales, las versiones del “yo” y los valores culturales que esto implica. De la variedad del “yo” se desglosa la relación social de las masas que son las que constituyen las audiencias y las personas que son políticos, científicos, líderes religiosos, entre otros. De aquí viene el hecho de que el discurso periodístico en la caricatura, también debe ser tomado en cuenta por su alto grado de eficiencia persuasiva. La representación de imágenes informativas referentes a la industria de contenidos de opinión reflejan eso: una apreciación personal. “Es un poder político propagandístico” (Israel & Pou, 2011)

Igualmente, las masas están siendo parcialmente “arrastradas” a estos discursos verbales y visuales. Si estos intertextos o sistema de textos que acompañan el humor gráfico político, plantean un escenario sobre el refuerzo o descalificación de la política oficial, entonces, dan un sentido al acontecer de un país para poner en tela de duda los discursos oficiales del poder. Lo que causa risa, es la risa de algo que nos resulta incomprensible. Tal como los caricaturistas y sus discursos políticos causan risa para pretender ser tomados en serio, como un acto de justicia que invita a sentir el acontecer de un país (Agelvis, 2010).

En efecto, es a partir de la hipótesis del discurso “fuerte” que se desprende otro talante, que es la posibilidad de “construir” una sociedad. Dicha construcción deviene de los debates contemporáneos en la búsqueda de una categoría para definir la identidad como sujetos individuales. Y lo que persigue es demostrar que esta ramificación depende de la historia política de un país, que se halla por fuera de un discurso. Todo esto, con el fin de representar la dureza de un discurso que involucra a su respectiva teoría.

Para Guespin (1980) tanto el discurso político de un gobernante como el que se manifiesta a través del humor gráfico político buscan del receptor una reacción, sea ésta una pregunta, una duda individual o colectiva. La caricatura, aún más la política, proponen al lector una sátira al poder que es y será noticia, para *hacer ver*, y no *hacer ser*, al ciudadano ecuatoriano con una arista diferente sobre un acontecimiento mediante el discurso. Ahora bien, aquí viene el punto clave para

comprender el porqué el destinatario que visualiza cierto humor gráfico político tiende a creer que es un argumento totalizador, algo transdisciplinario que debo acoger como mío sin entender más allá de lo gracioso o satírico que éste pueda ser. El receptor no es cualquier lector, debe ser uno que está enterado de la política nacional [...] (Sánchez, 2012).

En un discurso intervienen naciones, estados, y direcciones comunicacionales que exponen los problemas y los retos sociopolíticos para que, con esto, se produzcan soluciones creativas e innovadoras como la caricatura. El discurso de la caricatura política es proponer nuevos modos de relacionarse con la experiencia, pero los nuevos lenguajes y tiempos son solo diálogos críticos en el tiempo.

### **1.3.1 Nacionalismo**

En el libro *Why discourse matters* (2005) existe un capítulo escrito por Christopher Hutton, en el cual se trata sobre el nacionalismo moderno como un tema dentro del discurso que sirve para estudiar el nivel histórico político y social. Dentro del discurso, el nacionalismo es una doctrina que se basa en una entidad histórica estable desligada de los poderes transnacionales. En ese sentido, la creencia del nacionalismo ha originado la construcción de una nación. En este apartado, Hutton agrega que el nacionalismo es una doctrina inventada en Europa a principios del siglo XIX que, según el politólogo e historiador Benedict Anderson, se trata de una “comunidad política imaginaria”. Es decir, la nación es el resultado de la imaginación humana.

Smith (1997) dice: “Es la idea de la nación como depósito del tiempo, como una estructura estratificada o en capas de experiencias sociales, políticas y culturales establecidas por generaciones sucesivas de una comunidad identificable” (p.194). Entonces el nacionalismo contemporáneo se origina a partir de las necesidades modernas, en las cuales los participantes de esta comunidad imaginaria buscan un crecimiento y emancipación política. En cambio, los críticos del nacionalismo moderno como Karl Deutsch, J. H. Kautsky, Peter Worley, Elie Kedourie, Ernest Gellner, Charles Tilly y Tom Nairn, afirman que el nacionalismo es una falsedad que puede ser peligrosa. Además, Smith (1997)

agrega que dichos críticos creen que para formar el nacionalismo se requiere entender a la nación como un “relato” que recitar, un “discurso” que se pueda interpretar y finalmente, un texto que se pueda “deconstruir”. Es decir, se debe realizar la deconstrucción del discurso llamado nación, para discernir al poder y el carácter del mismo, que se ejerce entre los actores sociales del nacionalismo.

Por ejemplo, para Gellner (1998) el nacionalismo es peligroso porque imagina desde lo natural, lo antiguo e inmutable de la historia reciente. Smith (1997) afirma que el término “construir” es aplicable al nacionalismo como una narrativa o identidad del discurso.

#### **1.4 Cultura política moderna**

La era de la comunicación moderna ha eliminado las barreras físicas que limitaban el conocimiento sobre las acciones gubernamentales y la intervención en cuanto a la búsqueda, el saber y la interpretación de las decisiones políticas por parte de la ciudadanía. Al integrarse a las nuevas tecnologías, la sociedad participa en la modificación de la cultura política. Por ello, la cultura política en la modernidad ya no implica solamente el sufragar cada cuatro o más años, sino, el incluir a las personas de modo complejo e implícito en el sistema político vigente.

Para Lara (2003) durante la última década, la democracia, la cultura política y la gobernabilidad han sido el centro de interés para el estudio de la política local y global. Sin embargo, la cultura política nace como un elemento crítico ante las prácticas de los actores políticos dentro de una sociedad. Tal y como sucede en el ejercicio del periodismo en la sociedad moderna. Es así que, los regímenes políticos y sus relaciones de poder son los que marcan los sistemas normativos de la cultura política: una cultura política que no tiene una significación relevante si no se conoce sobre la tradición democrática en que se desenvuelve un país, entendiéndose como democracia a un eje orientador del sistema político, que se caracteriza por conjugar aquellas instituciones que median las relaciones entre sociedad y Estado. Lara (2003) afirma: “En su alcance más amplio, apunta nada

menos que a establecer el sentido que adquieren el juego político y las luchas por el poder bajo el dominio de una institucionalidad democrática” (p. 16).

La cultura política detecta las debilidades institucionales que se manifiestan a través de la crisis en la gobernabilidad y el desorden político, para ocasionar una apertura y sensibilidad ante lo político. Echeverría (1997) opina que la cultura política ha tomado otro enfoque con la modernidad ya que es en este momento, cuando la política se convierte en una instancia integradora y reguladora de la vida individual y colectiva. Entonces, la política moderna secular y racional, va en busca de una libre voluntad humana que bien se puede encontrar en medios digitales.

Las reformas políticas y la transformación de las instituciones siguen causando inestabilidad política en la gobernabilidad dentro de un país, y es aquí cuando la cultura política es una variante explicativa de una supuesta crisis actual. La disfunción de la significación y orden de las prácticas políticas, y el sistema institucional, explican la inexistencia de un *ethos* moderno en la cultura política. Es decir, el comportamiento que tiene un grupo de individuos dentro de una misma sociedad frente a algún talante como el cultural. De manera que, es la complicidad entre las élites y las masas las que conforman una cultura política perdurable. Las élites no poseen una cultura política diferente a la de la población, ni uno es moderno ni otro es premoderno. Todo lo contrario, ambos comparten una misma cultura política pero por medio de modos particulares de relacionamiento y dominación. La comunicación entre las élites y las masas, junto con los acuerdos entre las dos, son sistemáticamente contrarias a una cultura ciudadana moderna (Bustamante, 1996).

Para Bustamante (1996), entre las esferas del poder y los habitantes se impone una lógica de “mecenazgo” político y no el de una “igualdad ciudadana”. Esto provoca que existan más desigualdades sociales en donde la diferencia o la distinción le dan sentido a la vida política como la del régimen ecuatoriano. Aquí interviene también la diferenciación de los derechos de los grupos sociales porque son las élites políticas las que otorgan los derechos a las clases bajas como muestra de su poder en un determinado territorio. En el caso de la política

ecuatoriana, Bustamante insiste que está presente la “conquista emocional”, es decir, en donde la individualidad del sujeto ya no forma parte de la modernidad. Pero sí, hay una especie de “encantamiento” de parte del poder hacia sus gobernados para evocar sentimientos afectivos en vez de recursos lógicos imperantes en el manejo de la gobernabilidad. No obstante, las emociones o sensaciones que se provocan en el individuo serán juzgadas de acuerdo al efecto anímico y la simbolización que le atribuyan a las culturas políticas.

Por el contrario, Carlos de la Torre (2000) entiende a la cultura política como una difícil interacción entre la política y la vida cotidiana. Las problemáticas en el cotidiano vivir de una persona son una afirmación a consecuencia de las relaciones de poder, la autoridad y la resistencia. Carlos de la Torre argumenta sobre la existencia de “rituales electorales”, como el del gobierno de Abdala Bucaram desde el año 1996 a 1997 en Ecuador, que emplea el término “pueblo” para practicar el populismo como un componente fundamental en el entendimiento de la cultura y retórica ecuatoriana. Al fin y al cabo, esta mediación populista es otra opción para “relacionar” a la sociedad con el Estado, constituyendo y configurando la cultura política. Pero dicha mediación es un derecho casi exclusivo de participación en la toma de decisiones políticas, ya que es únicamente entre las clases altas en donde se ejerce la igualdad. En ese sentido, emerge el término de “cultura popular” como una crítica ante la cultura dominante liderada por las élites.

#### **1.4.1 Cultura política 2.0**

Ramírez (1999) afirma que: “La cultura política aparece como un obstáculo, como algo que ejerce un bloqueo sistemático al ‘normal’ funcionamiento de las instituciones democráticas” (p. 48). Por ello, sugiere dejar de estudiar a la cultura política y, más bien, propone hacer una reconstrucción histórica de los significados y modos de interpretación del sistema político por parte de los sujetos sociales, que forman su propia identidad política. De este modo, los sujetos desarrollan sus capacidades para modificar y renovar sus representaciones y prácticas políticas. Es así como se origina la cultura política



2.0, la que se adecua a manera de una herramienta analítica donde los sectores sociales están actuando y formando su identidad política para la consolidación de una democracia.

En el caso de la *web 2.0* al ser un espacio intangible en donde los usuarios de Internet pueden colaborar e interactuar entre sí, han generado medios en donde existen aquellas comunidades de práctica que tienen como objetivo la participación y creación de contenido para informarse y comunicarse. Es así, que la cultura política tiene un espacio sustancial en lo digital porque cumple el principio sobre el ejercicio de igualdad y democracia. Para Ramírez (1999) los ciudadanos son partícipes de las decisiones administrativas y políticas convirtiéndose en miembros activos de la política en su país.

Según Ortiz (2008) la plataforma digital en el mundo contemporáneo es la que estructura de forma determinante a la información y al conocimiento, el cual integra las prácticas culturales y representaciones simbólicas de la mano de las interpretaciones, valores, y resignificaciones, que bien podemos hallar, por ejemplo, en la emisión y recepción del humor gráfico político. Dichas interacciones virtuales en el Internet han permitido el auge de lo que se denomina como “cibercultura”, de la cual aparecen los primeros estudios durante la última década de los noventa, y esto ha permitido una transformación paralela con el paso de la comunicación, la historia y la tecnología (Silver, 2000).

Para Silver (2000) la cibercultura es un campo que estudia las interacciones del ser humano con el computador, el Internet, la cultura digital, la sociedad de información y los nuevos medios de comunicación. Después Lévy (2007) opina que la cibercultura trata sobre un conjunto de sistemas culturales que emergen junto con las TIC.

[...] el conjunto de las técnicas (materiales e intelectuales), de las prácticas, de las actitudes, de los modos de pensamiento y de los valores que se desarrollan conjuntamente en el crecimiento del ciberespacio.

Entonces, Lévy (2007) dice también que la cibercultura es la cultura propia de la sociedad que se desarrolla junto con las tecnologías digitales que son las que configuran de modo decisivo las formas dominantes de información, comunicación, y creación/práctica de conocimiento. Desde otro enfoque, la cibercultura comprende las prácticas culturales individuales y colectivas; el entorno simbólico para que este sea interpretado, y los entornos organizativos como son las universidades, empresas o comunidades virtuales o de práctica, entre otros. Así Lévy nombra a esta compleja red de la cibercultura como un tema “socio-técnico-cultural” del cual se desprenden varias consecuencias.

Según Silver y Massanari (2006) la cibercultura debe ser analizada desde la criticidad ante las relaciones sociales y de poder. De aquí nace la “cibercultura crítica” que se basa en la interculturalidad a partir de la historia colonial. Una cibercultura crítica que busca la aceptación de las diferencias culturales para que mediante el uso del Internet se reconozca y fortalezca una identidad propia. Así, existe una transformación social además de una nueva forma de cimentar temas políticos, sociales, éticos y cognitivos. Es a partir de la cibercultura crítica que un individuo puede cuestionar la presencia o ausencia de las capacidades en la acción política que se trasladan a otra cultura. Lévy (2007) distingue una nueva cultura bajo el nombre de “cultura digital”, la cual se conforma de tres estadios:

1. El primer estadio que surge a consecuencia de las técnicas de información y de comunicación oral que constituyeron la aparición de los primeros lenguajes.
2. La técnica de información y de comunicación escrita que dieron paso a las culturas escriturales que tienen relación con “las nuevas formas de vida urbanas, organizaciones estatales y tradiciones científicas”.
3. Las tecnologías de información y comunicación (TIC) digitales que son los que originan estos nuevos modos de cultura digital. Es decir, una cultura en donde existe una mayor implicación con los sistemas, artefactos y demás dispositivos electrónicos.

No obstante, de acuerdo con Lévy (2007), los actores sociales y políticos que conforman la cultura digital tratan de encontrar condiciones de poder, saber y de

vida para un bienestar colectivo, tal como en la interculturalidad crítica. Es importante mencionar que la cultura digital restablece la visión que tenemos frente a los mensajes y el contexto de un discurso como los que manejan en las caricaturas de corte político. Las elites y masas en el ámbito del poder en Ecuador, por ejemplo, no se diferencian por su cultura: todo lo contrario, ambas poseen una educación social y política basada en la dominación. Entonces, resulta una suerte de ilusión de “igualdad” mediante la forma de gobernar resultante de las decisiones finales del poder, presente en el patrimonialismo donde el poder proviene directamente del líder en un país. Es decir, se es fiel al líder político y no a la patria (Bustamante, 1996).

Sin embargo, Kerckhove (1999) habla de esto como una era de comunicación cimentada en el lenguaje digital en donde se procesa una inteligencia individual y colectiva interconectada, dando lugar a la diversidad de identidades que tiene la cibercultura. Para Kerckhove (1999) el Internet es una especie de “mediación electrónica” en donde se halla un espacio abierto repleto de expresiones y representaciones de distintas culturas. En ese sentido, Herrera y Muñoz (2008), Herrera y Olaya (2013), hablan de una tensión en la modernidad ya que surge una subjetividad y reflexividad ante la conexión entre sociedades, grupos sociales e individuos, al punto de cuestionarse si es posible creer en identidades individuales alejadas de los contextos sociales y culturales.

Según Ortiz (2015), la subjetividad de la modernidad es en sí un acto político que encuentra en Internet una relación exterior con otros y lo otro (objetos y naturaleza) que va actualizando lo que somos. Ortiz (2015) agrega que en el marco de la política, la cibercultura siempre marca una diferencia desde el hecho de que nuestra relación con el resto de individuos es singular e irrepetible.

En otras palabras, los procesos de subjetivación se producen en una tensión originaria de la individualidad/colectividad en dos niveles: un otro exterior y una singularidad interior, cuyo encuentro actualiza potencialidades subjetivas (sea un sujeto o un colectivo). De ahí que la subjetividad (o individualidad) sea un proceso y no una esencia, y que esta no deje de in-dividuarse a través de

interacciones y resonancias con los otros y con lo otro. La subjetividad es construida sobre la singularidad y la multiplicidad (p.4).

De aquí se deriva el uso individual del Internet que combina tendencias y tecnologías, generando constantemente transformaciones en la representación cultural de las sociedades contemporáneas. Las tecnologías digitales estimulan el imaginario de las personas caracterizándolas por una autonomía, un nuevo funcionamiento en red, y por los usos emergentes que se originan, por ejemplo, a partir de la personalización y la actualización de los contenidos periodísticos (Díaz, 2009).

Nelson Reascos (2011) sostiene que existe una “tecnología de la comunicación” que vuelve a lo informativo muy rentable; tanto que, hoy en día, se trata de una cultura y una comunicación convertidas en una industria. La producción de conocimiento suele suceder a una velocidad y magnitud tales que innovan constantemente los procesos culturales y sociales.

En este caso, en el espacio en red conocido como “ciberespacio” el lector o usuario ha desarrollado una nueva forma de interactuar con la información mediante códigos y lenguajes nuevos que superan la etapa lineal y plana de los medios tradicionales. Cáceres (1998) dice que el ciberespacio es quien posibilita este proceso cultural en lo digital ya que crea un impacto en el pseudo mundo real y motiva a los individuos a modificar dichos componentes culturales.

Santaella (2004) dice: “[...] todo aquel espacio informativo multidimensional que, dependiente de la interacción del usuario, permite a éste el acceso, la manipulación, la transformación y el intercambio de sus flujos codificados de información [...], espacio que se abre cuando el usuario se conecta a la red [...] hecho de circuitos informativos navegables” (p.45). Dicho contenido digital repleto de texto, imágenes en movimiento y sonidos, tiene una constante innovación dentro de las construcciones sociales. Para ilustrar la cultura digital a nuestro territorio de análisis, en el humor gráfico se logra comprender cómo el nivel retórico logra una población identificadora. Tanto la comunicación visual

como la imagen conforman este “ciberespacio” en donde el ser humano no encuentra un lugar, pero sí halla en él una dimensión que lo acerca o aleja en el tiempo (Reascos, 2011).

Reascos (2011) opina también que existe una cultura urbana ecuatoriana, la cual es propia de nuestro pensar, accionar dentro de ciudad y la vida que llevamos en ella. Sin embargo, ésta se puede diferenciar entre un individuo y otro, aún cuando se conviva en un mismo sitio. Existe la gran posibilidad de que un hombre o mujer de nacionalidad ecuatoriana contemple un comportamiento distinto al de sus congéneres pero que igualmente éste sea transmitido hacia otros. El momento en que esto último ocurre, las aptitudes, ideologías y conductas, se ven acogidas por una acción social que tan solo repite y repite sin una criticidad de por medio, y sólo se sustenta por el concepto conservador de “unidad estabilizadora” entre el poder y la sociedad. Reascos (2011) afirma que: “Ver, ser vistos y verse, constituye actualmente la cultura digital de opinión a través de la caricatura, un *ethos*” (p.25). El término griego *ethos*, que significa costumbre, hábito, vivienda, de donde nace la idea de cultura.

Este no querer poner una interrupción en la vida política ecuatoriana y mundial, se vive de manera latente en la cultura moderna. Todo este análisis puede lograr, en cierta medida, reforzar la idea de que alteración entre los talentos cultura política y sistema político implicadas, otra vez, en el marco institucional nacional, son y serán la falta de una identificación moderna por la nula cultura presente. No existe una cultura política particular de los gobernantes y gobernados en Ecuador: más bien la complicidad es latente en la historicidad del país (Bustamante, 1996).

### **1.3 El color en lo digital**

La tecnología empleada en el diseño periodístico de comunicación e información ha traído muchas comodidades tanto para los internautas como para quienes crean por medio de esta herramienta. Aunque también existe una paradoja en el proceso por lo fácil/ difícil que es para el diseñador de dichos mensajes. Esto es,

la calidad con la que el receptor visualiza los colores desde su pantalla sea de computador o de celular, ya que puede ser superior (tener más colores) o inferior (menos colores) que la paleta empleada por el creador de la información para la web. La tecnología en cuanto al color en lo digital dota de una eficacia informativa relevante (Yruela, 2010).

Para Yruela (2010) la percepción que se tenga del mensaje depende de la voluntad para observar los colores por parte de quien los recibe desde distintas plataformas digitales. En el caso de un periódico digital, está presente la problemática de la jerarquización de la información porque en las páginas digitales no existe la distinción página par- página impar, y tampoco hay una numeración a la cual dirigirse. Por lo que, la información ha roto el esquema de secuencialidad y ha optado por la búsqueda a través de hiperenlaces que permiten ir más hacia adentro de la información contenida en el periódico digital, y esto incluye a la sección de opinión en donde se encuentran las caricaturas.

Duplan y Jauneau dicen: “El color se dirige a los sentimientos no a la inteligencia”. El color puede añadir realismo y capacidad informativa, pero el uso excesivo del mismo puede buscar el ocultamiento de las falencias del contenido informativo a nivel periodístico. Por ejemplo, la utilización de un color en un elemento dota de datos que no estarían presentes en uno en blanco y negro (B/N). Así mismo, gracias a la implementación del color se puede alcanzar la identificación por parte del receptor de una cosa sólo por el color que este tiene. Es decir, estéticamente incrementa el interés por recibir información concreta (Yruela, 2010, p.193-196).

Según Canga (1989) el nuevo medio, el de Internet, nace del color y es pensada desde una cultura visual dirigida a usuarios jóvenes que no aceptan otro tipo de formato debido a que su educación fue dada a través de la televisión y algunos videojuegos fundamentados en el color. Para Canga (1989) la tipografía en color, así como las tramas y filetes, son sólo empleados como un recurso estético que no busca transmitir ningún tipo de información mediante su uso. Canga dice que aunque el color tiene un carga simbólica importante a nivel cultural como el negro significa dolor o duelo, que debería ser aprovechada en ediciones digitales

periodísticas para transmitir al usuario una significación mediante sí mismo. Además, agrega que en la contemporaneidad no existe un manual básico para la aplicación del color en función de las diferentes divisiones de un periódico impreso que se convierte en uno digital. Por lo tanto, hay una indefinición gráfica de la información periodística tanto escrita como visual que logre una identificación *online* tal como sucede con el diseño en un periódico en papel.

Para Sarmiento (2014), las personas que dedican su tiempo a la ilustración siempre se encuentran ante la búsqueda por encontrar un estilo — esto incluye a la elección del color — que los identifique y les proporcione cierto reconocimiento o atribución en un determinado contexto. Por ejemplo, el caricaturista Xavier Bonilla (Bonil) es un referente de la caricatura política durante el periodo de la “década ganada” del ex presidente Rafael Correa, y de este mismo modo quizá será apreciado su trabajo caricaturesco en lo digital. Esta interrogante por parte del creador está relacionada con cómo lograr la originalidad y los patrones necesarios para diferenciar ligeramente sus caricaturas de las de otros. De aquí surge lo novedoso del estilo y el color para el desarrollo de la comunicación visual en Internet. La comunicación visual puede ser intencional y casual. La casual puede ser interpretada libremente por parte del receptor como una nube que, al pasar por el cielo, no necesariamente quiere advertir que va a llover; y la comunicación visual intencional es aquella que cumple con el objetivo de comunicar algo de modo deliberado, donde la estética no es lo primordial.

Según Yruela (2010), temas como el color digital requieren de aptitudes profesionales, no sólo valoraciones subjetivas o intuitivas para dotar de significado e importancia funcional a dicho proceso. Por tal motivo, es fundamental comprender que el diseño de la información periodística digital ha creado medios electrónicos polivalentes. Es decir, la introducción de componentes de ficción y realidad entre lo material y formal en el mensaje que, a su vez, componen un discurso visual.

## ▪ **Sumario Capítulo I**

Independientemente de cuál sea la ideología política de un individuo, la caricatura se encuentra inmersa en el imaginario del receptor a través de los medios de comunicación tradicionales y modernos. La caricatura política al ser una fuente periodística de uso público, posee información vinculada con el Estado la cual aporta con la historicidad política de un país. Por lo tanto, la centralidad de la caricatura en general está en el poder de los medios y la política.

Según Fernández Poncela (2011) todos escribimos algo para que nos crean, dando demostraciones desde la lógica. Por este motivo, tratamos de persuadir o inducir para llegar a determinada opinión, luego a la toma de una decisión, y con ello concluir con una acción al respecto. Sin dejar de lado, los procesos sociales, culturales o espacio-temporales de los destinatarios que perciben una caricatura política.

Así también, el humor gráfico político es retransmitido y reproducido mediante la comunicación política con el fin de recontextualizar una noticia, para una decisión ante un proceso político, elegir por votación a una figura política, e incluso para decidir acerca de un proceso de regulación de institucionalidades que ejercen un poder en asuntos culturales, comunicativos, económicos, sociales y políticos.

En este sentido, es conveniente conocer la historicidad política ecuatoriana por medio de su poder gubernamental y su repercusión en los medios de comunicación en el país. A propósito de este análisis histórico- político en Ecuador, se puede considerar varios hechos pasados para comprender el presente, y decidir a futuro acerca de la Ley Orgánica de Comunicación.



## **2 CAPÍTULO II: La comunicación, la política y sus reformas**

### **2.1 Introducción: historicidad política con humor**

Para comprender a la caricatura como un elemento histórico, se debe entender primero a la política inmersa en este proceso cultural. Es decir, entender a la política como la causa, y a la caricatura como la consecuencia de la cultura. En efecto, analizar a la política ecuatoriana es estudiar a la sociedad que produce la imagen y texto de la caricatura, y que trata sobre acontecimientos coyunturales en el país. Como resultado, los conflictos sociales de un gobierno son aquellos que alimentan el discurso visual de las tiras cómicas, independientemente de su espacio en la sección opinión en un periódico. El tema social es lo que da la importancia necesaria a un asunto en el desarrollo de la vida política ya que evidencia los aspectos que incomodan a una ciudad o país.

#### **2.1.1 Los medios y la política**

El poder, junto con la política, se determinan en el proceso de construcción de la mente humana mediante la comunicación. Para Castells (2008) la política es, ante todo, una política mediática que repercute en la política misma, debido a que conduce a su personalización, a la política de escándalo que afecta al proceso de elección y a la toma de decisiones desgastando a los afectados por el escándalo. De igual modo, tanto la comunicación como la información originan y van constituyendo al poder y, a su vez, al contrapoder: el de la dominación y la transformación social.

Castells (2008) dice que donde hay poder hay contrapoder, donde hay dominación hay resistencia. Así, el poder es la capacidad que tiene un actor social para imponer su voluntad sobre los otros, que también pueden ser otros actores sociales. Los sistemas institucionales, por ejemplo, reflejan las relaciones de poder que han sido negociadas a través de un proceso histórico de dominación y contra dominación. Entonces las relaciones de poder, que son el cimiento de los vínculos en una sociedad de masas, en medios de comunicación tradicionales y en la web, son procesos que pueden desafiar las relaciones de poder institucionalizadas. Relaciones que se disponen y deciden cada vez más, en el área de la comunicación (Castells, 2008).

No obstante, Pachano (1996) opina que la norma institucional y la práctica política deben ser analizadas desde la “informalización” de la vida política, que hace que gran parte de la acción social y de la política sean conducidas por canales no determinados en el sistema político. Esto alude a un decrecimiento de la capacidad de “resignificación” del juego democrático encima de las prácticas políticas. Entonces, el poder se concibe como un medio de comunicación que simboliza toda relación social y las presentaciones selectivas desde un actor al otro.

Luna (2014) afirma que, en las últimas décadas, América Latina ha atravesado por diversos cambios en el ámbito económico, social y político, que han marcado la actual actividad de países como Ecuador, Bolivia, Colombia, Chile, y el resto de países iberoamericanos. Aunque también opina que todos estos países hispanoamericanos siguen modelos de gobierno encaminados al desarrollo nacional, la liberación de la población menos favorecida, que pretenden experimentar y generar un cambio social a partir de diversas fuentes ideológicas, de contenido liberal en ciertas ocasiones y, en otras, mediante la aplicación de la social democracia.

Luna (2014) argumenta que, en el caso de Ecuador, años antes del gobierno del ex presidente Rafael Correa, la corrupción de las élites y el sistema en el que se manejaban los partidos políticos provocaron un abandono de las prácticas políticas. Esto significa que era evidente la inestabilidad política e inconsistencia de la institucionalidad, aún más problemática que la de los años noventa y sus reformas neoliberales en Ecuador; en parte, a causa de las crisis económicas que provocaron la destitución de los también expresidentes Abdalá Bucaram en 1997, Jamil Mahuad en 2000, y Lucio Gutiérrez en 2005. Incidentalmente, la destitución del último ex mandatario Lucio Gutiérrez representó un proceso golpista que fue denominado por él mismo como “La Revolución de los Forajidos”, movimiento político integrado por el también ex presidente Rafael Correa.

Rafael Correa asume la presidencia en el año 2007 y toma lineamientos políticos del entonces llamado “Socialismo del siglo XXI”.

“Socialismo del Siglo XXI”, concepto creado y difundido en 1996 por Heinz Dietrich Steffan, acogido por Hugo Chávez en Venezuela para su proyecto de construcción de una nueva sociedad, y también en Bolivia por Evo Morales, con el mismo propósito de empoderar a los grupos sociales marginados de la sociedad (Luna, 2014,p.114).

Son los principios de la filosofía política del Socialismo del siglo XXI los que motivaron la creación del movimiento político de Rafael Correa, Alianza País. Para Luna (2014) el proyecto de la Revolución Ciudadana y el Socialismo del siglo XXI se aúnan en pensamientos y prácticas neopopulistas que emplean posturas moralistas y de justicia social. Entonces, se trata de un movimiento político de derecha o izquierda que hace uso de la partidocracia para enfrentar a las clases populares en antagonismo a los partidos tradicionales aparentemente desleales.

La ideología política que practica la Revolución Ciudadana se crea a partir de principios liberales defendidos hace más de cien años por Eloy Alfaro que, de igual manera, lideró un movimiento político que tenía la intención de acabar con la estructura institucional de la “partidocracia” en Ecuador. Haciendo uso de las palabras de Rafael Correa en el año 2009, la Revolución Ciudadana tiene como objetivo el generar transformaciones radicales y profundas en las organizaciones institucionales vigentes. En dichos cambios absolutos también participan los medios de comunicación ecuatorianos.

Según Ávila (2013), la comunicación pertenece a un sistema que supone el análisis de una sociedad, ya que este actúa como un modelador o reflejo de la misma. La función de los medios de comunicación engloba un concepto, la “sociedad de masas”, que es fundamental para la formación de la opinión pública que, a su vez, condiciona la decisión política. Es decir, el modo en que la gente piensa, define los valores y las normas, que son la base para la edificación de las sociedades. A su vez, la sociedad de masas manifiesta la preocupación por la falta de una “esfera pública”, es decir, un espacio de debate, tanto democrático como político, que se ha visto superado por talentos como el mercado y la tecnología. Desde el declive de los medios masivos de comunicación como instituciones, su actividad primordial es la producción y

distribución de contenido que opera en la esfera pública, en concordancia con la regulación existente en Ecuador.

De ahí que la relación que tienen los medios de comunicación con la sociedad dependerá del modelo teórico para analizar su posicionamiento y capacidad de uso/servicio. Para Ávila (2013), la ausencia de un análisis teórico a profundidad sobre los procesos de regulación trae como consecuencia una falta en la definición del sistema de comunicación. McQuail (2005) dice que el primer modelo teórico para dicho estudio es el de la sociedad de masas, que emplea el término de “masa” para suponer la interdependencia entre las instituciones que ejercen el poder, los medios y los contenidos que estos generan como fuentes de poder. También está la teoría marxista que tiene la ideología de los medios como meros instrumentos de control de la clase gobernante. Es decir, la asociación del control de la producción material con el control de la producción mental humana.

Luego, está la hipótesis política — económica, que se enfoca en el vínculo de la estructura económica y la dinámica en la industria de los medios de comunicación. Esto es, que los medios utilizan a sus audiencias como productos primarios, dirigiéndolos y concentrándolos hacia el ámbito de la publicidad. Así, las audiencias se convierten en un interés privado, mas no público, en los medios comunicacionales. Por último, está la teoría de la sociedad de la información, la cual incrementa las alternativas de información e interactividad. Junto con la venida de la globalización, ha surgido un nuevo modo para la reducción de los costos de la transmisión de datos, la eliminación de las barreras como la distancia, entre otros, trayendo como resultado el aumento de la velocidad y el volumen del flujo de la información. Aunque no se domine por completo la última hipótesis, los medios de comunicación han ido creciendo en las redes de interconexión, integración, y convergencia medial.

Las teorías antes mencionadas, según McQuail (2005), sirven para identificar y entender la realidad del sistema de los medios de comunicación en relación con una sociedad como la ecuatoriana. Esto no quiere decir que los medios de comunicación y la política van ser exclusivamente pertenecientes a una sola teoría, ya que pueden tener características de una y de otra. Ahora bien, la hipótesis normativa de los medios tiene como propósito la responsabilidad y el

beneficio que estos deben otorgar a las personas individuales y colectivas. En palabras de McQuail (2005), la dificultad en dicha normativa radica en el criterio utilizado para su creación e implementación ya que, generalmente, es subjetivo e intervienen juicios de valor distintos acerca de la libertad de expresión, la identidad, integridad e, inclusive, diferencias en el trato de la información.

En los países latinoamericanos, la correspondencia de los medios de comunicación con la sociedad se ha visto inmersa en algunas inequidades. Por ejemplo, la concesión de los canales de transmisión y el acceso de los medios de comunicación influyen de manera tajante al momento de decidir acerca de un proceso de regulación de los mismos. En el desarrollo del tema regulatorio del sistema de comunicación, me enfoco en la necesidad de ejercer un control sobre los medios, estableciendo su proceder y no proceder mediante sanciones y penalidades. De este modo, analiza el criterio de un sistema de comunicación que puede estar sometido bajo un imperante poder político o económico (Bucci, 2012).

## **2.2 Sistema de la Ley de Comunicación en Ecuador**

En Ecuador, después de la última reforma de la Constitución, aprobada el 20 de octubre de 2008, se inició un gran debate acerca de la nueva ley de comunicación. Este alegato referente al sistema de comunicación en Ecuador consta en la Sección Tercera de la Constitución de la República del Ecuador 2008: Comunicación e información, primordialmente en los artículos 16, 17, 18, 19 y 20. Dicha sección contiene la participación individual y colectiva del derecho a la comunicación, diversidad comunicativa y una ley que regule los contenidos con fines informativos, educativos y culturales. Así, se consagró a la comunicación dentro de los derechos del Buen Vivir y la Sección de Áreas Estratégicas de la Constitución. De igual modo, en el Art. 384 se estableció el sistema de comunicación social para el fiel cumplimiento del ejercicio de los derechos de la comunicación a través del planteamiento de una Ley. Esta Ley tenía como fin el definir la organización y funcionamiento del sistema de comunicación social y los modos de participación ciudadana dentro de esta (Jurado, 2010).

En el año 2008, el Gobierno y la Asamblea Nacional trabajaron en conjunto para legitimar dicha ley de comunicación. Sin embargo, después se realizó una Consulta Popular, el cual consta en los archivos del Consejo Nacional Electoral, que postulaba la siguiente pregunta: “Con la finalidad de evitar los excesos en los medios de comunicación, ¿Está usted de acuerdo que se dicte una ley de comunicación que cree un Consejo de Regulación que norme la difusión de contenidos en la televisión, radio y publicaciones de prensa escrita, que contengan mensajes de violencia, explícitamente sexuales o discriminatorios; y que establezca los criterios de responsabilidad ulterior de los comunicadores o los medios emisores?” (CNE, 2011). Los resultados de dicha consulta popular fueron del 44.9% por el sí, evidenciando la preocupación por la calidad y el tratamiento de los medios de comunicación ecuatorianos.

Para Lozano (2011) una vez establecido el mandato constitucional de la carta magna del 2008, el gobierno del presidente Rafael Correa planteó por primera vez la necesidad de crear una Ley Orgánica de Comunicación fundamentada en la definición de Sumak Kawsay, una palabra quichua implementada como una propuesta política que se ha traducido en Ecuador como “Buen vivir”. Y es debido a este concepto, que fue guiada la Constitución de Ecuador. Así, varios sectores y organizaciones nacionales como la Coordinadora Nacional de Radio Educativa y Popular de Ecuador, diversos colegios de periodistas, algunas facultades de comunicación como la de la Universidad Central del Ecuador, y organismos internacionales como el Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina en Quito (CIESPAL), Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER), se congregaron para discutir y redactar la propuesta inicial legislativa de comunicación. Entre los debates dados por estas entidades, estuvo la distribución equitativa de las frecuencias privadas, comunitarias y públicas con un 33% y, la creación de Consejo de Comunicación que regule la normativa establecida para los medios de comunicación ecuatorianos.

Lozano (2011) opina que ya desde este momento en el diálogo comunicacional por parte de estas organizaciones, existía la duda de crear o no un ente regulador. Es así que un colectivo de la sociedad civil, el Foro de la

Comunicación, es el que propuso la conformación de un Consejo Social de Comunicación. Consejo que, en su momento, fue integrado por los integrantes de los municipios, medios de comunicación, campesinos, gremios indígenas, escuelas de comunicación, y varias universidades. Tanto el gobierno como los opositores presentaron diferentes argumentos al respecto.

Según Lozano (2011), el asambleísta Rolando Pachana planteó la posibilidad de crear un Consejo Nacional de Comunicación e Información que fuera el encargado de instaurar las políticas para los medios de comunicación y, además, una evaluación de aquellos mensajes emitidos por la prensa. Por el contrario, la oposición, mediante la líder indígena Lourdes Tibán y el asambleísta César Montufar, presentaron un proyecto que sugiere un Consejo de Protección de los Derechos de Comunicación. Este proyecto estaba orientado a que el Estado y los medios particulares respetes absolutamente todos los derechos de la comunicación ya que, a su criterio, la comunicación no puede ni debe ser regulada, ni directa ni indirectamente por parte del Gobierno ecuatoriano.

Los desacuerdos que se presentaron en la parte interna de dicha Comisión Especial Ocasional de Comunicación de la Asamblea Legislativa fueron tan evidentes que, en su primer informe en noviembre de 2009, estaban llenos de criterios opuestos. Al final, la resolución de este informe no tuvo el recibimiento y el consenso que se esperaba. Sin embargo, en concordancia con las disposiciones transitorias de la carta magna, en la Constitución del año 2008, se señala en el primer punto que dentro de 360 días debe ser aprobada la Ley de Comunicación, plazo que habría vencido el 21 de octubre de 2009 (Lozano, 2011).

La Ley de Comunicación fue aprobada el 14 de junio del 2013 con 108 votos a favor, de un total de 137 asambleístas. Para Ávila (2013) la Ley consta con 119 artículos, en 6 Títulos, además de 26 disposiciones transitorias, 6 reformatorias y 2 derogatorias hasta ese año. Dichas normativas reconocen como medios de comunicación social a las empresas, y a las organizaciones públicas, privadas y comunitarias, sólo si estos constan como empleados del servicio público en el área de comunicación masiva. Es decir, haciendo uso de los instrumentos de medios impresos, de servicios de radio, televisión, audio y video, cuyos

contenidos tengan la posibilidad de ser generados y replicados por Internet (Asamblea Nacional, 2013).

La Asamblea Nacional (2013) agrega que, además, hay normas deontológicas que están redactadas en el Art. 10 de la Ley Orgánica de Comunicación, las cuales incluyen alrededor de 29 preceptos y, cuya infracción implica una amonestación dada por la Superintendencia de Información. No obstante, existe la presencia de una gran cantidad de principios y derechos, aunque vale la pena destacar los artículos referentes a la prohibición de la censura previa, la responsabilidad ulterior del periodista y del medio, el derecho a la información “verificada, contrastada, precisa y contextualizada” (p.6).

Es aquí cuando retomamos el tema sobre el sentido del sistema de comunicación y el poder en Ecuador. Según Ávila (2013) en el Título III de la Ley está señalada la definición acerca del “Sistema de comunicación social”. Un “Sistema” que tiene como propósito articular los recursos y también las capacidades, de los actores públicos, comunitarios y privados que lo integran, para alcanzar el completo ejercicio de los derechos del área comunicacional.

“Desarrollar e implementar mecanismos de planificación pública participativa y descentralizada para la definición, control social y adecuación de todas las políticas públicas de comunicación. Monitorear y evaluar las políticas públicas y los planes nacionales relativos a los derechos a la comunicación. Producir información sobre los avances y dificultades en la aplicabilidad de los derechos de la comunicación. (Asamblea Nacional, 2013, p. 9)

Bajo esta premisa, y apegándose al subtítulo de Institucionalidad para Regulación y Control, la Ley instauro el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación, el Consejo Consultivo pero, sobre todo, la Superintendencia de Información y Comunicación. Para la Asamblea Nacional (2013) el Consejo de Regulación está integrado por un representante de la Función Ejecutiva, un representante de los Consejos de Igualdad, un representante del Consejo de Participación Ciudadana y Control Social, un representante de los Gobiernos Autónomos Descentralizados y, finalmente, un representante del Defensor del Pueblo. Por lo tanto, su principal función es trabajar en conjunto con el Superintendente de Comunicación e Información para la ejecución del



cumplimiento de la Ley mediante la generación de herramientas legales suficientes para regular y controlar.

En las secciones posteriores de la Ley se hace referencia a la regulación y clasificación de contenidos, además de la definición de medios de comunicación social, sean medios públicos, privados o comunitarios. Según Lozano (2011) los diferentes medios de comunicación privados, por ejemplo, califican a la intención y creación de una Ley de Comunicación por parte del gobierno, bajo el supuesto de “ley mordaza”, ya que, a criterio de este sector, la intención del gobierno es manejar a los medios de comunicación, evadiendo cualquier tipo de fiscalización. Por lo tanto, para los medios privados la Ley de Comunicación en Ecuador es un atentado contra la libertad de expresión y la democracia en Ecuador. Aunque, Follari (2009) argumenta que la posición de los medios de comunicación privados únicamente pretende conservar el orden actual en su manejo monopólico de frecuencias, y por esto se escudan tras un discurso democratizador a favor de la defensa de la libertad de expresión. Sin embargo, en realidad esto solo es una “defensa cerrada” acerca de la libertad de empresa.

¿Y los periodistas y medios privados que no logran integrarse a la Ley? Para Romo (2012), ese es el punto de partida para identificar que no hay un adecuado sistema de comunicación en el país; es decir, no puede existir un sistema que no especifique a los miembros del mismo. Romo (2012), ejemplifica dicha idea dentro de un sistema universitario, el cual no puede estar determinado o constituido en su totalidad sin la participación de las Instituciones de Educación Superior. Para Romo (2012) en un sistema de comunicación no están presentes los sesgos, por lo que, se debe tomar en cuenta a todos los organismos relacionados y que contribuyen entre sí a un mismo objeto. Objeto que no está tan manifiesto en la Ley de Comunicación y, por el contrario, evidencia más el hecho de la regulación.

Según el Análisis del Desarrollo Mediático en Ecuador de la UNESCO (2011) dice que el sistema de comunicación ecuatoriano evidencia el uso de los medios de comunicación desde una visión del poder que ellos representan. Dicho informe analiza la tendencia general de las instituciones, medios y organizaciones de comunicación en el país, para saber si esta preferencia mayoritaria sigue los estándares internacionales. Así mismo, el conocer si hay

un mejoramiento o declive de las prácticas de la comunicación. Los constantes debates con respecto a la Ley dejan en evidencia la inequidad como principal característica del sistema comunicativo ecuatoriano.

Por ejemplo, Ramos (2010) dice que el Consejo Nacional de Radiodifusión y Televisión es la entidad encargada de establecer la normativa, autorizar y controlar tanto la asignación como el uso de las frecuencias, talante que también consta en el Artículo 6 de la Ley de Comunicación. Entonces, la creación de los nombrados “sistema de radiodifusión y televisión” abrió la posibilidad para que los mismos concesionarios difundan sus mismos contenidos haciendo uso de un número ilimitado de frecuencias. Así, para Ramos (2010), la propia Ley de Radiodifusión y Televisión ha motivado la concentración y ha beneficiado el origen de monopolios y oligopolios mediáticos en Ecuador. En consecuencia, las diferencias eran notablemente marcadas entre los empresarios mediáticos y los funcionarios del gobierno nacional desde el inicio del mandato de Rafael Correa.

Ávila (2013) habla sobre la reincidente participación de los medios de comunicación como “actores políticos” debido a su intervención y pronunciamientos en relación a los enfrentamientos con el gobierno de turno en Ecuador. Medios ecuatorianos que en varias ocasiones toman partidos o posturas evidentes ya que tiene clara cuál es su influencia en el comportamiento humano. Es decir, intenta persuadir en materia de opinión y creencias. Entonces, argumenta que los medios de comunicación sean privados, comunitarios o públicos, son empleados para el ejercicio del poder, para conferir un *status quo*, y legitimar posturas de aquellos que en ese momento ocupan el poder, sea este social, político o empresarial. Sin embargo, siguiendo el criterio de McQuail (2005), sigue latente la interrogante de si es viable ejercer un control sobre los medios de comunicación y, si fuese de ese modo, saber quién realmente lo ejerce. Todo esto, a causa de la inaccesibilidad a los medios, un seguimiento de cómo desempeñan su poder de influencia, o la visión del mundo que reflejan.

McQuail (2005) propone dividir dicha discusión de poder y desigualdad de los medios de comunicación frente a la sociedad en dos vertientes: dominantes y pluralistas. La postura dominante considera a los medios como una manera de ejercer el poder por sobre las demás instituciones. Por el contrario, la actitud

pluralista se refiere a la falta de una élite dominante, lo que considera la posibilidad hacia el cambio y hacia un control más democrático. Aún así, afirma que cada sociedad es la encargada de analizar su propia realidad. Por ejemplo, la influencia y dominio que practica el Estado ecuatoriano, en especial el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación, es un distintivo de un sistema pluralista concentrado con la formación de los partidos políticos (en este caso del gobierno) y el debilitamiento de los medios privados (Hallin & Mancini, 2004).

### **2.2.1 Nueva reforma a la Ley Orgánica de Comunicación**

Para Ávila (2013) la criticidad y discusión frente a los medios de comunicación se ve reflejada en la opinión pública ecuatoriana, que claramente asocia este tema con una postura que evidencia aspectos como el poder y la inequidad política, jurídica y social que se halla en Ecuador. Sin embargo, en estos debates se resalta la idea de los medios como integradores y generadores de identidad entre los ecuatorianos. Así mismo, es irrefutable el hecho de una participación definitiva en el cambio social y el desarrollo de los medios para con su audiencia en el país. Aún así, a cinco años de la instauración de la Ley de Comunicación, sólo se ha afirmado el tema del control y el poder, a la par, como instrumentos que ayudan a reconocer a los medios de comunicación. Los cuales, deben estar sometidos a la regulación tanto política como económica, únicamente por el hecho de ser espacios donde se ejerce el poder y la influencia.

Está latente otra posibilidad ante la Ley y es el instaurar un diseño estructural del sistema de comunicación. Es decir, un nuevo enfoque comunicacional a razón de los debates teóricos que se alineen mejor a las necesidades y aspiraciones de la sociedad ecuatoriana, ya que si no existe un debate teórico no está existiendo un verdadero proceso de regulación sobre la comunicación y los medios. Entonces, tampoco se puede responder a la interrogante de cuál es el mejor sistema de comunicación para los ciudadanos ecuatorianos. Y es justamente este el principal problema de la Ley de Comunicación, porque no hay un sistema bien definido y las personas que integran del proyecto son indeterminadas. Los mismos creadores de la Ley no tienen claro cómo funciona

este amplio articulado; por ende, no se espera que los ecuatorianos lo entiendan a la perfección. Hace falta leer con detenimiento para entender que la Ley de Comunicación compete a los medios públicos, privados, y comunitarios. Pero el sistema de comunicación ecuatoriano sigue sin ser entendido ni resuelto (Ávila, 2013).

Según McQuail (2005), es preciso hacer uso de las propuestas teóricas para plantear un nuevo sistema de comunicación; esto es, aplicando una teoría funcionalista de la comunicación que abarca tanto los intereses de los medios como los de sus audiencias. Para Wolf (1994), esto significa que la sociedad humana se caracteriza por tener un conjunto de necesidades y, además, un conjunto de instituciones para satisfacerlas. El funcionalismo tiene como objetivo integrar conocimientos sobre el funcionamiento interno de la comunicación social y, a su vez, cómo ésta debe funcionar por fuera. De este modo, esta teoría permite positivamente la relación entre medios privados, públicos y comunitarios, con el Estado, pero con una participación más limitada del Estado, para resguardar la independencia de los medios de comunicación (McQuail, 2005; Hallin & Mancini, 2004).

Conforme con lo expuesto, Ávila (2013) cree que la Ley de Comunicación debe seguir uno de los postulados de Habermas; esto es, la competencia de la comunicación social y su sistema de medios, que cree un espacio de deliberación social. Así, la verdadera preocupación al crear o reformar la Ley sería una discusión con una adecuada y equitativa representación, en lugar de normativas punitivas y regulatorias (Habermas, 1991 [1962]). Y, siguiendo el acontecer político, social y económico del país, cabe recalcar el estado actual de la Ley de Comunicación.

Es así que el 14 de mayo de 2018 el presidente Lenín Moreno hizo referencia a la consulta popular realizada en el año 2011, en la cual tuvo como resultado el pedido de una expedición de la Ley de Comunicación. Además, es preciso reiterar que, desde que entró en vigencia la Ley Orgánica de Comunicación (LOC) en el año 2013, esta ha tenido al menos 5 intentos reformativos, siendo este último proyecto de enmienda a dicha Ley, el considerado como el más relevante debido a que fue propuesto directamente por el actual presidente de Ecuador, Lenín Moreno. Moreno afirma que la Ley tiene aspectos positivos para

nuestra sociedad, como son la protección de niñas, niños y adolescentes, el desarrollo intercultural y plurinacional, la protección de las comunicaciones individuales, derechos a los comunicadores — cláusula de conciencia, la reserva de la fuente, secreto profesional — y también los derechos laborales para quienes ejercen la comunicación. Pero también reconoce que la Ley de Comunicación contiene temas que deben ser reformados y, en ciertos casos, eliminados. Por este motivo, el presidente Lenín Moreno envió el proyecto de reforma a la Ley el 18 de mayo para su trámite en la Asamblea Nacional de Ecuador (Secom, 2018).

En palabras de Lenin Moreno (2018), también se tomó la decisión de vender los paquetes accionarios de los medios incautados por el anterior gobierno. De esta forma, se garantizan los intereses de Ecuador cuando dichos medios salen de las manos del Estado. Lenin Moreno dice: “Salimos de un Estado de propaganda a un Estado de comunicación bidireccional, de diálogo, a un Estado democrático”. Luego, el 21 de mayo del 2018, el presidente Lenín Moreno presentó a la Asamblea Nacional el Proyecto de Reformas a la Ley Orgánica de Comunicación (LOC), ejecutando así el cumplimiento de los derechos de comunicación y la libertad de expresión (Secom, 2018).

Tras la posesión del actual Presidente Constitucional de la República del Ecuador el 24 de mayo de 2017, ha transcurrido una serie de cambios, tanto en su ideología política como en la toma de decisiones a nivel comunicacional en el país. Después de una década caracterizada por la ausencia de diálogo entre los medios privados o independientes y la Presidencia de la República, Lenín Moreno decide reunirse el 4 de octubre de 2017, mediante una plática abierta con varios de los directivos de algunos medios de comunicación en Ecuador. Lenin Moreno dio paso a varias preguntas por parte de los comunicadores, las cuales giraron en torno a la consulta popular de ese entonces, la situación económica del país, la lucha contra la corrupción, la ley de plusvalía, la seguridad social, proyectos a futuro de la Secretaría Nacional de Inteligencia pero, sobre todo, acerca de las reformas que se harán a la Ley Orgánica de Comunicación (Secom, 2017).

El 21 de febrero de 2018, Andrés Michelena asumió el cargo y funciones de Secretario Nacional de Comunicación, con el compromiso de iniciar una política de comunicación encaminada al ciudadano y a informar con transparencia en relación al accionar del gobierno ecuatoriano. Michelena dijo: “Vamos a saber informar honestamente, tanto a los medios de comunicación como a la ciudadanía, y creo que ese va a ser nuestro principal valor”. Además, Michelena expresó su deseo por reforzar los valores institucionales, tales como: honestidad, liderazgo, transparencia y pluralidad. Hizo especial énfasis en acelerar el diálogo iniciado por la Secom, siguiendo el Decreto Ejecutivo del 20 de junio de 2017, con los gremios periodísticos para debatir acerca de las reformas que necesita la Ley de Comunicación en el país (Secom, 2018).

“El Presidente de la República fue el primer impulsor y promotor de avanzar hacia una reforma a la Ley de Comunicación y yo creo que ya tenemos un primer gran acuerdo, me atrevo a decir, con todos los sectores, que es que exista una Ley de Comunicación. Yo creo que ese acuerdo es un punto de partida inicial importantísimo para cualquier base de diálogo, y de aquí en adelante ya será más bien un trabajo de conversación con cada sector, con cada medio, con cada persona que lo necesite hacer para ver cuáles son las reformas a emprender. El Presidente de la República no ha puesto fechas, pero ha dicho que es un programa que hay que trabajarlo de forma acelerada” (Michelena, 2018).

Además, Michelena expuso que impulsará a los medios gubernamentales de información y otorgará total autonomía, a nivel editorial y financiero, a los medios públicos, para que cumplan con las necesidades de los ciudadanos (Secom, 2018). Según la Cordicom (2018) en junio el secretario de Comunicación, Andrés Michelena, y el presidente del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación, Danilo Sylva, participaron en la Comisión de Derechos Colectivos de la Asamblea Nacional del Ecuador para propugnar el proyecto de reformas a la Ley Orgánica de Comunicación. Michelena (2018) propuso fortalecer el trabajo de la Cordicom como regulador, desarrollador, y organizador de la comunicación mediante la autorregulación de los medios con la debida responsabilidad de sus contenidos. Por otra parte, según el documento digital de la Cordicom, Sylva ratificó que se debe reforzar el respeto total de los

derechos humanos, siguiendo los estándares internacionales. Igualmente, agregó que es oportuno el esclarecer los pronunciamientos dados en referencia a la eliminación de la Supercom, ya que las funciones de esta entidad no se trasladarán a ningún otro organismo. Sylva afirmó que sólo se cambiará la tendencia de sancionar de la Supercom, a otro gremio que restablezca y repare los derechos comunicacionales. Dicho esto, sería la Defensoría del Pueblo quien cumpliría dicho rol constitucional de proteger los derechos humanos (Cordicom, 2018).

Según la entrevista radial realizada el 21 de mayo del presente año, por el diario Ecuador Inmediato, al abogado y coautor de la LOC, Romel Jurado, la eliminación de la Supercom y la Cordicom debe tener un debate más a fondo, ya que ambas son instituciones competentes jurídicas y administrativas que protegen los derechos de Comunicación. Expresamente, Romel Jurado opina que “se elimina la posibilidad que los ciudadanos puedan acceder de forma expedita a defensa de sus derechos”. En este espacio periodístico Jurado expresa que el presidente Lenín Moreno cree que no existirá una indefensión hacia los derechos comunicacionales de los ciudadanos ya que serán los jueces quienes se harán cargo de la ejecución de la misma. Sin embargo, este supuesto nuevo trámite sería aún más conflictivo y costoso debido a que ahora los ciudadanos deberán contratar un abogado, y también tendrán que someterse a periodos judiciales que pueden tardar un tiempo considerable, por lo que sólo aquellos que tengan una capacidad social y política relevante, podrán gozar del cumplimiento de sus derechos en el ámbito comunicacional (EcuadorInmediato.com, 2018).

“Pensemos en un ciudadano bien situado que efectivamente ha sufrido una afectación importante en su honra, que demanda a un medio de comunicación por lo civil pidiendo una indemnización por daño moral y eventualmente una indemnización por lucro cesante o daño emergente. Es decir pidiéndole al medio de comunicación no una multa que va a favor del Estado sino una indemnización que va en favor del ciudadano” (Jurado, 2018).

Con esto, Jurado explica que antes era posible el judicializar o procesar un reclamo hacia los periodistas y los medios de comunicación, aun cuando este reclamo tiene implicaciones penales. Pero dice que, con la eliminación de una posibilidad intermedia de una entidad reguladora de la comunicación, si alguien se siente penalmente afectado, tendrá el derecho de demandar penalmente tanto a los periodistas como a los medios. Así mismo, Jurado argumenta que este nuevo cambio en el proyecto de ley no define la línea gubernamental política en referencia a los derechos de comunicación, ya que existe una ambigüedad similar a la que generó el primer proyecto de ley en este ámbito.

Cabe agregar que el 21 de mayo del presente año, el Secretario de Comunicación, Andrés Michelena, pronunció ante la Asamblea Nacional los detalles de la reforma del proyecto de Comunicación en el país. Este proyecto de la LOC, detenta varios puntos de cambio, que son: la eliminación del esquema administrativo de sanción y control, la eliminación de la Superintendencia de Comunicación (Supercom), por ende la derogación del “linchamiento mediático”, y, finalmente, el deseo de fortificar la institucionalidad con la asignación y ampliación de las funciones del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación (Cordicom), además de la Defensoría del Pueblo. Michelena agregó durante este informe, que el objetivo para esta reforma es conservar y defender los derechos a la prohibición de la censura previa, el derecho a la réplica y rectificación, la regulación de los contenidos discriminatorios, difusión de contenidos musicales y la clasificación de audiencias y franjas horarias (Secom,2018).

Por otra parte, el medio impreso El Telégrafo (2018), publicó en su portal web una noticia bajo el titular “Defensora del Pueblo no está de acuerdo con reformas de la Ley de Comunicación”, el pasado 5 de junio. Gina Benavides recibió el puesto de Defensora del Pueblo por parte del Consejo de Participación Transitorio (CPCCT) el 3 de mayo de 2018. Según el diario El Telégrafo, la Defensora del Pueblo cree que esta institución no podría asumir el rol de la Supercom ni de la Cordicom, ya que tiene demasiadas competencias que asumir, sobre todo en los últimos años y, además, su personal, al igual que sus recursos, son escasos. En la misma entrevista realizada por El Telégrafo, se



pregunta a Benavides qué opina sobre las reformas a la Ley, a lo que Benavides (2018) dice que está totalmente de acuerdo con la propuesta de imitar el discurso de Derechos Humanos que asume a la comunicación como un derecho y no como un servicio público. Sin embargo, siente mucha preocupación por las tres nuevas funciones que se desea otorgar a la Defensoría del Pueblo con este nuevo proyecto, que son: el consentimiento de medidas de protección o restitución, el activar o patrocinar las garantías constitucionales y, finalmente, el intervenir en aquellos casos que concerniría derivar a las autoridades judiciales pertinentes.

En julio de 2018, el Secretario Particular de la Presidencia de la República, Juan Sebastián Roldán, manifestó la decisión presidencial de enviar una terna al Consejo de Participación Ciudadana y Control Social Transitorio para la elección de un nuevo Superintendente de la Supercom. Así mismo, Roldán especificó que la persona que ocupe dicho cargo de modo provisional tendrá como función un aporte a las reformas de la Ley de Comunicación enviada por el Ejecutivo. También afirmó que, durante los meses que han transcurrido con este nuevo mandatario y su gobierno, no han existido sanciones con respecto al ámbito comunicacional, por lo que reiteró que esto hace evidente los elementos de exceso y abusos de poder que existieron durante la década de gobierno del ex presidente Rafael Correa. Además, Roldán (2018) dice: “Los tiempos dependen de la Asamblea” (Supercom, 2018).

Según la Secom (2018) las reformas a la LOC se dan en beneficio de la reinstitucionalidad de Ecuador para rescatar aquellos principios establecidos en la Constitución de Montecristi. Dicho proyecto reformativo de ley persigue las normas y tratados internacionales; además, es un signo que representa el fin de la confrontación con los medios de comunicación, los actores políticos, y la ciudadanía en general.

Con el propósito de debatir acerca de las reformas a la Ley de Orgánica de Comunicación (LOC), diario El Comercio realizó una entrevista al titular de la Secom, Álex Mora, la cual fue publicada el 11 de junio del 2018. Mora expone algunos señalamientos a la LOC que, según él, deben ser oportunamente

analizados. Para Mora, los deberes de los medios comunicativos son el saber identificar y discernir los contenidos que se difunden. Es decir, esto significa modificar los artículos 49 y 60 señalados en la Ley, y que tratan sobre la identificación, clasificación y regulación de los contenidos en los medios de comunicación. Además, menciona siete talantes comerciales que podrían ser reformados; por ejemplo, la difusión de publicidad de bebidas y alimentos procesados. Así mismo, Álex Mora plantea la eliminación del artículo 10, que apunta hacia las normas deontológicas, ya que cree que hace falta una discusión abierta sobre si la comunicación es un derecho fundamental o un servicio público (El Comercio, 2017).

De acuerdo al oficio No. T. 302- SGJ- 18-0385 emitido por el Presidente Constitucional de la República, Lenín Moreno, y expedido a la Presidenta de la Asamblea Nacional, Elizabeth Cabezas Guerrero, se expone el deseo de entregar por escrito el proyecto de Ley Orgánica Reformatoria a la Ley Orgánica de Comunicación, la cual manifiesta los motivos, para el conocimiento, debate, y aprobación por parte de la Asamblea Nacional. Pues bien, el motivo primordial por el que el presidente Lenín Moreno propone dicho proyecto de reforma a la comunicación, es la búsqueda de un reajuste en materia de derechos y libertades, que incluye desde las libertades públicas clásicas hasta el reconocimiento de los derechos de la naturaleza, tipificados en la Constitución vigente de la República del Ecuador. Así mismo, dentro de las libertades públicas están contenidas las libertades de la comunicación, señaladas en los artículo 18, y el artículo 66 inciso 6 de la Constitución, las cuales consideran la libertad de información y expresión, esenciales para el buen vivir en la sociedad ecuatoriana.

“La Relatoría Especial para la libertad de expresión de la Corte Interamericana de Derechos Humanos ha manifestado su preocupación sobre la temática del derecho a la libertad de expresión como un servicio público, ha manifestado que sobre la base de esa concepción, el Estado asume facultades exorbitantes de regulación sobre el ejercicio del derecho fundamental a expresarse libremente mediante el medio que cada persona escoja para hacerlo”.

Es decir, existe un cambio en el discurso y administración del sistema político en el ámbito de la comunicación, con respecto al utilizado en la década del gobierno del ex presidente Rafael Correa. Esto es, una reforma que hace caso omiso a las críticas por parte de todos los medios e individuos que integran las actividades comunicacionales e informativas tanto públicas como privadas, a los sectores políticos, y a los organismos internacionales dedicados a la comunicación social. Moreno (2018) argumenta en dicho oficio que la actual Ley Orgánica de Comunicación en Ecuador fue creada para regular y controlar, y es esa la razón principal por la que han ocurrido varios atropellamientos a los derechos de opinión y libertad de expresión de los ecuatorianos. Moreno (2018) agrega que la mayoría de los artículos del cuerpo normativo de la LOC transgreden expresas disposiciones de la Constitución, como por ejemplo el artículo 384, que prescribe que el sistema de comunicación social protegerá el ejercicio de los derechos a la comunicación, la información, la libertad de expresión y promoverá la participación ciudadana. Así también está presente otra incongruencia, y es en torno al artículo 5 de la LOC que define a la libertad de expresión como un servicio público, cuando el artículo 18 de la Constitución de la República del Ecuador concibe a esta como un derecho. Además, existen contravenciones a los Tratados Internacionales de Derechos Humanos y a la jurisprudencia de la Corte Interamericana.

Ahora bien, el proyecto de reforma a la LOC contempla varias modificaciones a los artículos e incisos anteriores y, consecuentemente, también están presentes las disposiciones transitorias de la misma. Sin embargo, haré hincapié en las principales renovaciones a la Ley, que preocupan e interesan a los ciudadanos ecuatorianos.

<b>Artículo</b>	<b>Recapitulación</b>
5	Sustitución del artículo 6: clasificación porcentual de los medios de comunicación social en concordancia con su cobertura, publicación y circulación nacional, regional, y local,

	<p>haciendo uso del último censo nacional. Es decir, se considera como un medio de comunicación social nacional cuando su cobertura, publicación o circulación llegue a más del 30% de la población del país; un medio es regional cuando llega a más del 5% y hasta el 30% y, se califica como un medio local cuando este alcanza el 5% de la ciudadanía.</p>
7	<p>En referencia a las normas deontológicas encaminadas a una mejor labor interna y externa de los comunicadores y medios de comunicación en Ecuador. Siguiendo los códigos constitucionales e internacionales en el país.</p>
9	<p>Detalla la validez de las nuevas reformas a la Ley Orgánica de Comunicación sin una trascendencia individualista.</p>
10	<p>Especifica el accionar de funcionarios y autoridades públicas con competencia en materia de derechos a la comunicación, con el fin de alcanzar una democrática y responsable utilización de la comunicación e información.</p>
12	<p>Define a la nueva reforma ley de comunicación como un “derecho de libertad de pensamiento y expresión” en el ejercicio de la comunicación social en Ecuador.</p>

13	Determina la inhabilitación a cualquier persona que, aprovechándose de su poder, efectúe censura previa por un contenido comunicacional.
16	Recalca la obligación y la competencia de los comunicadores y medios de comunicación de generar un espacio de una rectificación a favor del cumplimiento de los derechos humanos.
17	Señala el libre derecho de acceder a la información, sea pública o privada, en beneficio de un correcto cumplimiento comunicacional y una veraz difusión de los hechos acontecidos en el país.
21	Dispone un nuevo ente regulatorio de protección y sanción que toma medidas competentes en materia de derechos.
34	Cambio de nombre del “Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación” (CORDICOM), para su debida aplicación en toda la Ley.
66	Expone el ejercicio y responsabilidad voluntaria que deben detentar tanto los comunicadores como los medios de comunicación encaminados hacia la construcción de la libertad y el derecho de la comunicación.

- **Art. 7** reemplazo del artículo 9.- en referencia a los códigos deontológicos de los medios de comunicación social deberán ser expedidos y publicados por ellos mismos. Estas normativas deontológicas no deberán vulnerar lo establecido constitucionalmente y tampoco podrán atentar contra los instrumentos internacionales ratificados por la República del Ecuador.
- **Art.9** agregar el primer inciso para el artículo 11.- “Estas medidas serán aplicadas únicamente para equiparar condiciones y no podrán generar ventajas”, haciendo relación al principio de acción afirmativa que emplea políticas públicas para grupos humanos en desigualdad de condiciones y que se encuentran establecidos en dicho artículo en la LOC.
- **Art. 10** sobre la sustitución del artículo 12.- el cual suplantaría lo tipificado en el art. 12 de la LOC acerca del “Principio de democratización de la comunicación e información” , por el siguiente:

“Art. 12.- Principio de democratización de la comunicación e información.- Las actuaciones y decisiones de los funcionarios y autoridades públicas con competencias en materia de derechos a la comunicación, propenderán permanente y progresivamente a crear las condiciones materiales, jurídicas y políticas para alcanzar y profundizar la comunicación democrática, mediante el ejercicio del derecho a la comunicación, el acceso equitativo a la propiedad de los medios de comunicación, a la creación de medios de comunicación, a la generación de espacios de participación bilateral y al acceso a las frecuencias del espectro radioeléctrico asignadas para los servicios de radio y televisión abierta y por suscripción” (LOC,2018,p.7).

Esto, según Habermas (1991) es considerar a los medios de comunicación como un lugar capaz de originar espacios de deliberación social haciendo uso de una adecuada y equitativa representación, mas no hacer de los medios espacios punitivos y regulatorios. La nueva Ley de Comunicación debería permitir este tipo de discusión para llegar a un verdadero acuerdo benefactor y reformador.

- **Art. 12** sustitución del art 17.- en este caso se amplía de manera detallada los que significa el ejercicio y el “derecho a la libertad de pensamiento y de expresión”, aclarando también que la libertad de opinión y de expresión no

puede ni debe ser regulada, ya que representaría, en pocas palabras, un abuso de poder. Para ilustrarlo de mejor manera, el actual art. 12 dice: “Todas las personas tienen derecho a expresarse y opinar libremente de cualquier forma y por cualquier medio, y serán responsables por sus expresiones de acuerdo a la ley”. Por el contrario, el planteamiento expuesto por Moreno enuncia:

“No se puede restringir el derecho de expresión por vías o medios indirectos, tales como el abuso de controles oficiales o particulares de papel de periódicos, de frecuencias radioeléctricas, o de enseres y aparatos usados en la difusión de información o por cualesquiera otros medios encaminados a impedir la comunicación y la circulación de ideas y opiniones” (LOC,2018,p.8).

Esto comprende el derecho a la libertad de investigar, recibir y difundir información de toda naturaleza, ya sea de modo oral o escrito. De igual modo, se permite el uso de la censura previa estipulada en la Ley a aquellos espectáculos públicos para salvaguardar moralmente a la infancia y adolescencia; además se prohíbe la propaganda en favor de la guerra y “toda apología de odio nacional, racial o religioso que causen violencia a una persona o grupos de personas. Pero por sobre todo se incluye y se resalta el hecho de “no ser molestado a causa de sus opiniones”. (LOC, 2018, p.8).

- **Art.13** acortar artículo 18 censura previa.- en este punto se aminora la extensión del mismo, eliminando por completo la sanción administrativa por parte de la Superintendencia de Información y Comunicación con una multa de 10 salarios básicos unificados, a causa de quienes censuren previamente o induzcan indirectamente a dicha omisión deliberada (LOC,2018).
- **Art. 16** reforma al artículo 21.- en la actual LOC el artículo 21 se encuentra tipificado bajo el nombre “Responsabilidad solidaria de los medios de comunicación”, el cual habla sobre una responsabilidad “solidaria” civil por no realizar las rectificaciones debidas, impedir el ejercicio de una réplica o no hacer caso omiso de una respuesta por parte de la Superintendencia de la

Información y Comunicación (Supercom). Pero, con el planteamiento de un cambio a esta reforma, el artículo iría de la siguiente manera “Responsabilidad civil” la que, en cumplimiento de lo civil con las mismas causas expuestas anteriormente, tanto la persona natural como jurídica deberá hacerse responsable de forma imperativa más no solidaria, y además, sin ningún ente regulador como es la Supercom, que determine las causas y consecuencias de la afectación de estos derechos.

- **Art 17** sustitución artículo 22.- se realiza un cambio al inicio de “Derecho a recibir información de calidad” por el “Derecho a recibir información de relevancia pública veraz”. Reforma que implicaría el libre acceso a la información y la libre divulgación de la misma pero, asumiendo la contextualización, responsabilidad, verificada por parte de los medios de comunicación y los periodistas.

Es importante resaltar que, no se presenta una reforma ni señalamiento alguno al art. 26 “Linchamiento mediático” dentro de este proyecto a la Ley Orgánica de Comunicación. Por lo que, queda en tela de duda si este artículo será eliminado de la LOC o quedaría tal y como se encuentra tipificado actualmente.

- **Art 21** sustitución del último inciso del artículo 27.- se traspasa la responsabilidad de efectivizar un reclamo o agravio perteneciente al derecho de la rectificación en el trato igualitario de la publicidad de casos judiciales., ahora otorgada a la Superintendencia de Información y Comunicación para que en el supuesto caso de ser aprobado este proyecto a la Ley, sea la Defensoría del Pueblo quien se encargue de dicho acometido.

“En caso de incumplimiento de esta disposición quien se considere agraviado podrá acudir a la Defensoría del Pueblo para que en sus atribuciones otorgue de manera inmediata medidas de protección y restitución de derechos, active el patrocinio en acciones constitucionales, o solicite el juzgamiento y la sanción ante la autoridad competente según corresponda” (LOC,2018).



- **Art. 34** reemplazo en toda la Ley.- sustituir la denominación “Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación” (CORDICOM), por “Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación”, la cual estaría contenida en la Ley Orgánica de Comunicación. El Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación, sería un cuerpo colegiado de carácter jurídico autonomía funcional, administrativa, financiera, y sus resoluciones deberán ser tomadas como obligatorias. Además, será la más alta autoridad institucional y su representación concurrirá en lo legal, judicial y extrajudicial de dicha entidad.
  
- **Art. 66** añadir una Sección innumerada al artículo 91.- esta Sección tendría como nombre “Autorregulación” la cual está definida, de modo breve, como el balance entre la responsabilidad y la “libertad informativa”. Es decir, tal como consta en el Art. Innumerado 12 del mismo Art. 91, la autorregulación es una regulación voluntaria de los medios de comunicación social para motivar a un equilibrio entre la libre expresión y el derecho a la comunicación a través de códigos de autorregulación. Para esto, es necesario conocer los principios de autorregulación detallados en el Art. Innumerado 13:

- “1) Compromiso con la verdad.
- 2) Apego a la transparencia.
- 3) Ejercicio de libertad de expresión y pensamiento.
- 4) Respeto a la confianza ciudadana.
- 5) Garantía de excelencia comunicacional”.

De igual manera, cabe señalar cuáles son los fundamentos de la autorregulación del Art. Innumerado 14, propuestos para la nueva reforma a la LOC:

- “a) Defiende el derecho universal a la comunicación, en beneficio de todos los ciudadanos.
- b) Promueve y protege la libertad editorial.
- c) Promueve la calidad de la información.

- d) Establece un vínculo entre profesionales y ciudadanía sobre bases de confianza.
- e) Propicia el involucramiento de la ciudadanía como parte fundamental de la autorregulación.
- f) Fomenta la responsabilidad social de los medios”.

Ahora bien, se incluyen 6 disposiciones transitorias a cumplirse en caso de ser aprobada este proyecto de Ley de Comunicación. Sin embargo, a continuación se presentan las de mayor relevancia para los ciudadanos ecuatorianos.

**“PRIMERA:** “Las instituciones del sector público que mantengan la propiedad de acciones, participaciones u otro tipo de propiedad sobre personas jurídicas de derecho privado cuyo objeto sea prestar el servicio de comunicación social, deberán operar la transferencia definitiva de la propiedad accionaria de estos medios de comunicación” (LOC, 2018).

Motivo por el cual, es pertinente agregar este suceso previo a una posible aprobación a la LOC. El 27 de junio del presente año la Contraloría General del Estado dispuso la anulación de un concurso para más de 1400 frecuencias de radio y televisión. Proceso que inició el 12 de abril del 2016, pero que dejó inconcluso el gobierno anterior de Rafael Correa. La causa principal fue una inconsistencia en la asignación de puntajes, recalificación, descalificación de varios postulantes en este concurso, y el señalamiento en tres grupos empresariales.

La segunda disposición transitoria sería la eliminación de la Superintendencia de Información y Comunicación (Supercom), dentro de un plazo máximo de 180 días, contados desde que se publique estas reformas a la Ley en el Registro Oficial. Las entidades que se encargarían de las funciones de la Supercom son la Defensoría del Pueblo o el Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación. La tercera disposición trata sobre las sanciones monetarias que fueron dispuestas por la Supercom hasta la fecha de expedición de la actual Ley Orgánica de Comunicación, deberán ser asumidas conforme a lo que rige hasta dicho vencimiento. Por último, el sexto precepto otorga un plazo

de 180 días a la Defensoría del Pueblo, a partir de la vigencia de este nuevo proyecto a la Ley, para que establezca un plan de fortalecimiento con miras a la protección y restablecimiento de los derechos a la comunicación. Con la libertad de añadir reformas legales o reglamentarias.

### **3. CAPÍTULO III: los garabatos de Bonil**

#### **Introducción**

Al juntar los componentes relacionados al género de la caricatura política, el ejercicio del humorista gráfico ante el acontecer político de Ecuador, y el papel de los medios de comunicación frente a la toma de decisiones del poder, emerge otro factor crucial para interpretar esta investigación: la persecución política. El hostigamiento político hacia los periodistas, en esta ocasión en torno a los caricaturistas o periodistas de opinión, durante la década del gobierno del ex presidente Rafael Correa. De tal modo que, la vivencia testimonial de un caricaturista ecuatoriano que ha vivido en medio de esta persecución ante la diversidad de criterios, empataría con la historia política en el país, la opinión pública a la que están sujetos los ciudadanos ecuatorianos, y la realidad periodística en Ecuador.

#### **3.1 Humor híbrido**

El humor gráfico político en Ecuador, publicado y difundido a través de varios diarios nacionales impresos, como por ejemplo “El Universo”, “El Comercio”, “La Hora”, abren una posibilidad al diálogo físico entre pares, por medio del periodismo y el arte. Pero, con la venida del Internet y la web 4.0, la interacción ha transformado las costumbres tanto del lector como del creador de contenido en medios de comunicación digitales, volviendo a este espacio más completo y actualizado. Por lo que por supuesto, la caricatura de distinta índole — cultural, social, político, económico — ha tenido que adaptarse y legitimarse a sí misma en un modo subversivo.

### **3.2 Bonil a trazos**

Xavier Bonilla (Bonil), nació el 8 de abril de 1964 y creció en el barrio de La Floresta siguiendo un legado paternal e innegablemente natural, en medio del mundo de las caricaturas. Xavier Bonilla, caricaturista ecuatoriano quien firma bajo el seudónimo de “Bonil” en el diario El Universo, desarrolló a temprana edad el interés por decir algo y opinar acerca de la política haciendo uso del humor, ya que Bonil cree que, tanto el humor como la política y las caricaturas, eran y son elementos claves e importantes en la vida social de cualquier ecuatoriano. Todo esto surge a raíz de la herencia periodística de su padre, Gonzalo Bonilla, el cual escribía para la columna de humor político “Los Picapiedra” en el diario El Comercio. Bonil realizaba caricaturas desde los 17 años; sin embargo, es a los 21 años cuando publican su primera viñeta en la sección “Cajón de Sastre” del diario impreso “Hoy”. En el año 1995, Bonil colabora para el diario impreso “El Universo”, medio para el que trabaja hasta la actualidad en el formato de papel, y ahora también en su difusión digital. Así mismo, Bonil participa en el diario digital ecuatoriano “La Posta” desde febrero de 2018, en la sección “Garabatos de Bonil”, en donde realiza caricaturas con difusión multimedia.

#### **3.2.1 Lo nuevo de Bonil**

En la mayoría de casos, las personas que abren un periódico y llegan a la sección de opinión, primero conducen su mirada hacia las caricaturas, y luego a las columnas de opinión. Pero, ¿cómo interactúa y navega un individuo cuándo el humor gráfico se encuentra desperdigado por toda la web? Para Lassa y Turmo (2007) resulta obvio y evidente que la tecnología digital ha invadido los medios de comunicación y a sus comunicadores. Lassa y Turmo (2007) aseguran que la aplicación de las nuevas tecnologías, que ya no son tan nuevas más bien son las que poseemos y empleamos los periodistas y comunicadores para transmitir información, en las distintas ramas de la producción periodística involucran varios cambios en los hábitos de trabajo como en las destrezas oportunas para desarrollarlos. Además, ambos opinan que la transformación más trascendental es la nueva forma de entender a la comunicación, la cual está fuertemente

marcada por la hipertextualidad, la interactividad, y la convergencia multimedia. Según Lassa y Turmo (2007), aun cuando el debate no sea sobre los medios digitales, todas las facetas del ejercicio periodístico tradicional se han visto afectadas por la introducción de estas tecnologías.

Desde que los periodistas conviven con (y en) Internet, la investigación, producción y difusión informativas han evolucionado de raíz. Incluso los propios perfiles del periodista, el medio y hasta el público han experimentado también mudanzas radicales. Sin embargo, hay un ámbito en el cual apenas se ha comenzado a dar los primeros pasos: el lenguaje ciberperiodístico (Salaverría, 2005).

Entonces aquí surge otra interrogante, ¿es necesario que un periodista sepa utilizar estas nuevas tecnologías? Para el caricaturista ecuatoriano Bonil, su modo de percibir la lectoría en un medio impreso y digital sigue siendo una constante duda al momento de realizar su trabajo periodístico. Bonil agrega que, está consciente que la lectoría de un periódico es alta en redes sociales como *Facebook*, pero también comprende que el consumo del mismo es mayor y cada vez más creciente en cibermedios. Bonil opina que, si bien ya son 30 años desde que publica humor gráfico político en medios impresos, su interactividad con los lectores en el periódico digital nacional “La Posta” e inclusive su relacionamiento con sus colaboradores en el medio impreso del diario “El Universo”, ha cambiado de una forma radical y facilitadora desde que existe la tecnología. Bonil dice: “Tanto ha cambiado desde el simple hecho de que, por ejemplo, cuando yo enviaba mis dibujos al diario El Universo tenía que desplazarme físicamente hasta el periódico, y ahora no hay necesidad de aquello”.

Bonil añade que antes abría la puerta de su antiguo carro *Volkswagen* aprovechando que el semáforo estaba en rojo, se detenía en la puerta del periódico El Universo y salía apresurado hacia la garita del guardia para dejar su dibujo. Sin embargo, Bonil señala que ahora sólo basta un *clic* para escanear y enviar sus caricaturas a los medios comunicacionales en donde trabaja. Bonil afirma también que ha implementado herramientas que contribuyen con su labor como dibujante, desde instrumentos como el fax, con su sistema de discado, hasta el Internet, dando así un salto cualitativo en la comunicación. La

comunicación contemporánea significa “muchísimo tiempo y muchísima tecnología”, dice Bonil.

Bonil manifiesta que ya casi no hace uso del papel para realizar su humor gráfico; más bien, emplea desde hace dos años un *iPad*, conocido también como “tableta”, que es un dispositivo móvil que funciona a manera de computadora. Bonil comenta que ahora utiliza el lápiz digital que le proporciona el iPad, ya que cree que inclusive la calidad tecnológica vuelve más llamativas y prácticas a sus caricaturas de tinte político.

Para Bonil, las plataformas digitales en general y su red social personal de Facebook, le dan ese espacio para que él pueda subir caricaturas de todo tipo, es decir, fuera de la línea editorial de un periódico. Según Bonil, la plataforma cibernética le ha permitido realizar dibujos que no podría hacer en una página impresa. Es decir, en el diario digital La Posta emplea el audio, el video, que integra un lenguaje audiovisual y en el que existe una mayor coparticipación con su audiencia. Por ejemplo, Bonil recuerda haber publicado varias caricaturas impresas que llevaban la reseña “Póngale usted el texto”, y así podía generar un diálogo continuo con los lectores no sólo en el ámbito digital, sino también, en el tradicional, ya que, para Bonil, ambas formas de ejercer un periodismo de opinión son óptimas en la contemporaneidad. Sin embargo, Bonil cree que esta modalidad/experimento tuvo una mejor acogida en el mundo digital, ya que se podía visualizar dicha retroalimentación con sus audiencias. Por el contrario, esto no se puede lograr en un medio impreso porque, obviamente, no se puede publicar y difundir al siguiente día la misma caricatura impresa con el comentario del lector A al B o al C, respondiendo dichos dibujos.

Para ejemplificarlo de un mejor modo, Bonil hace referencia a una caricatura suya en la que se apresa a un sujeto que transportaba en su camioneta a un borrego gigante, ya que cree que es un claro elemento para evidenciar la autocensura en su trabajo periodístico. Pero Bonil opina que emplea un modo de romper con esa “barrera” y es, dejando que la misma gente sea quien participe de un tema que era sensible. Para Bonil, usa el calificativo de “barrera” ya que así vencía la pretensión de callar a todos. Bonil dice: “En lugar de decir algo fuerte entre comillas, preferí decir algo fuerte a través de la gente para que la gente complete, diga y se exprese”.

Para Bonil, los comentarios y la información que cualquier persona recibe a través de medios como las redes sociales no son más que eso, sólo información. Bonil agrega que no representa un peso mayor o menor, pero la afectación de estos argumentos digitales se debe a que son una información viva, porque se supone que detrás de dicho comentario está una persona. Aunque no sea del todo cierto, quiere decir que existe esa sensación de que es un argumento personalizado el que la mayoría de veces se encuentra en las diferentes plataformas sociales digitales. Bonil dice: “Antes era muy distinto porque, como caricaturista, yo publicaba un dibujo y no sabía qué pensaba la persona que abría el diario”. Sin embargo, Bonil opina que todo depende del temperamento y la personalidad de cada individuo. Por ejemplo, para él puede no tener importancia alguna si una persona insulta o aplaude su trabajo, pero para otro, esto puede significar algo y sienta el deber de acoger esos comentarios y replantear el modo en que realiza sus caricaturas. Según Bonil, todo depende de la persona y no de una supuesta esencia propia de las redes sociales.

Para Bonil, su manejo de la política y la ética en medios tradicionales como El Universo y en medios digitales como “La Posta”, es exactamente igual. A modo personal, Bonil afirma que no tiene un “desdoblamiento” en cuanto a su ética ya que es algo que está integrado en su pensamiento y en su accionar. Bonil señala: “Yo no soy capaz de decir algo en el periódico que no sea capaz de decir en las redes sociales”. No obstante, Bonil cree que sí existen personas que son un rostro público y que en sus espacios personales tienen otra actitud. Según Bonil, lo respeta pero no lo entiende.

### **3.3 Bonilladas**

En cuanto a la visión de Bonil sobre la manera en que interactúan sus audiencias como opinión pública, él piensa que éstas se deben basar en la libertad de expresión. Es decir, para Bonil, inclusive las personas que lo ofenden con calificativos peyorativos en espacios digitales han significado un ejercicio de confrontación personal y un reflexionar individual. Según Bonil, él debe cumplir lo que profesa y esto es, la libertad de opinar, de decir algo, de equivocarse o de insultar. Además, agrega que estos comentarios agresivos pueden no ser

bienvenidos en sus páginas pero no tienen por qué ser eliminados u ocultados. Sin embargo, si la perspectiva fuera otra y él fuese un político, al cual le interesara que su imagen no fuese manchada en sus plataformas digitales, tendría un equipo que se encargue de quitar todo lo negativo. Pero, Bonil no es así. Según Bonil, él, al igual que otras cuantas personas más, tuvieron que sufrir diez años de estigmatización por parte del gobierno de turno. Para Bonil, esta es una política de comunicación que surte efecto al punto de que, inclusive en la actualidad, los ecuatorianos mantienen el ideal de la “prensa corrupta”. Para Bonil, es casi como un eslogan en la cultura contemporánea del país, el catalogar a los periodistas como los de “medias verdades”, “corruptos”, “mentirosos”, “mediocres” y demás. Según Bonil, el propósito del gobierno anterior de Rafael Correa, fue el de mermar la credibilidad del periodismo para que los ecuatorianos no crean lo que les dicen o les informan. Entonces, se repite el discurso del presidente y de los ecuatorianos, porque está insertado ya en su cultura política.

“Nuestra cultura de convivencia no tiene tantas muestras de respeto por el prójimo, por las leyes. Y creo que esto se repite no solo en el macro político, sino en lo cotidiano”.

Según Bonil, la política no significa sólo los candidatos, los presidentes o los concejales; más bien es la asociación ciudadana y el manejo de la convivencia social. Para Bonil, eso es la política. Entonces, personalmente, Bonil argumenta que, si en este fundamento sobre el tejido social se encuentran este tipo de confusiones, la cultura política no existe ni en Ecuador ni en ningún lugar del mundo. Bonil manifiesta que esto se evidencia a partir de cosas simples fuera de la política. Por ejemplo, si en un barrio se convoca a una reunión a los habitantes que residen allí para tratar sobre la seguridad, y hay una persona o una familia a la que no le han robado la casa, pues a esta no le interesa asistir a esa reunión; si luego se propone una cuota para contratar un guardia que proteja de la delincuencia a este barrio, muchas personas manifestarán su descontento y rechazo ante esto porque, nuevamente, no han sido víctimas de la delincuencia; en el tránsito también, un individuo que pone direccionales en su automóvil para cambiar de carril, generará que la persona que está atrás acelera más para cortarle el paso, porque así es nuestra cultura. Según Bonil, todas estas muestras de irrespeto trasladadas a lo macro político dan un resultado similar.



Para Bonil, ésta la razón primordial por la que los ecuatorianos siempre hemos querido y elegido gente que “tenga mano dura” en el poder. Es decir, que ponga orden al desorden que nosotros mismos ponemos en el diario convivir. Bonil expresa que esto se demuestra a lo largo de la historia política ecuatoriana, debido a que, la mayoría de veces, hemos estado bajo la subordinación de varios caudillos y dictadores. A partir de este argumento, Bonil reconoce que, si bien en los últimos 40 años no han existido dictaduras y en Ecuador se ha vivido una “seudo democracia”, los golpes de estado siempre han estado presentes en la política ecuatoriana. Bonil dice: “Eso somos y seremos”.

### **3.3.1 La caricatura de la libertad**

En referencia a la expectativa que tiene Bonil acerca de la quinta reforma a la Ley Orgánica de Comunicación propiciada por el actual presidente de la República, Lenín Moreno, espera lo mismo que en sus redes sociales. Es decir, que la gente tenga la oportunidad de opinar. Sin embargo, Bonil resalta que para él, la Ley de Comunicación no debería existir. Aunque Bonil también está consciente de que, es poco probable que esto suceda, por lo que opina que, en esta última reforma a la LOC, se debería realizar un especial énfasis y cambio al art. 24, que es el “Derecho a la réplica” de un lector. Según Bonil, el derecho a la réplica es fundamental, pero el mundo va cambiando y, con la inserción de las redes sociales y las plataformas digitales, se ha creado inconscientemente una “verdadera” Supercom. Por ejemplo, Bonil expone que si a alguien le ha afectado la difusión de una noticia errónea sobre su persona y el medio de comunicación no le proporciona un espacio para manifestar dicha inconformidad, las redes sociales cubren esa necesidad.

“Las redes sociales han terminado ejerciendo un poder, una presión, que ha hecho que aerolíneas ofrezcan disculpas a un cliente o que una empresa diga lo mismo ante una queja en su página oficial” Bonil (2018).

Bonil aclara que, aun cuando desde temprana edad tuvo esta fascinación por el humor gráfico, sus caricaturas han ido cambiando al igual que él. En un inicio, sus caricaturas se basaban en ilustraciones satánicas como una expresión de rebeldía al estudiar en un colegio católico. Pero después, Bonil encontró su “zona

de confort” dentro del humor gráfico político para retratar la vida cultural en Ecuador. Sin embargo, admite que estuvo y está abierto a elaborar cualquier tipo de caricatura. Así pues, en la actualidad, esta constante transformación del ser ha llevado a Bonil a plantearse el dejar de dibujar caricaturas de corte político. Según Bonil, su deseo nunca fue que él mismo y el resto de ecuatorianos, lo encasillasen como un caricaturista político, porque él opina que es un caricaturista de la vida, de los acontecimientos diarios, sean estos sociales, culturales, ambientales, entre otros. Bonil dice: “estoy cansado de hacer caricatura política, y que crean que todo lo que dibujo va dirigido para Rafael Correa”. Así mismo, según Bonil, sus caricaturas, en un futuro, se irán adecuando de acuerdo a lo que a él le interese y no a las necesidades de su público. Bonil afirma: “si tú tienes ese dispositivo político en la cabeza, todo lo vas a interpretar de esa manera”.

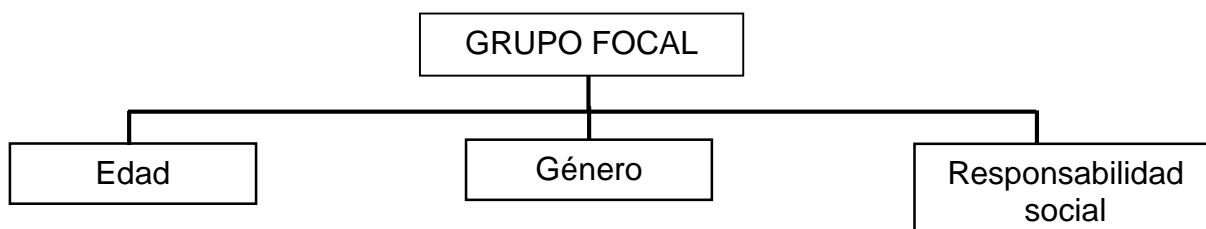
### **3.4 Estudio grupo focal**

#### **3.4.1 Metodología**

En el presente estudio se emplea una metodología cualitativa, a través de dos grupos focales con hombres y mujeres quiteños entre 20 y 45 años porque es en dichas brechas generacionales donde se consume la comunicación tradicional y la comunicación digital propicia para analizar la unión y alejamiento de las mismas frente al tema de investigación. La selección de esta metodología para una recolección de datos es ideal para generar un espacio de diálogo sobre un tema en especial, el cual es compartido a través de experiencias comunes entre las personas que lo integran. De este modo, el grupo focal permite que los participantes intercambien ideas y opiniones que pueden ser acogidos o rechazados por los otros participantes, tal como sucede con el género de opinión en el periodismo. Los grupos focales tienen como objetivo recabar las distintas conductas y actitudes sociales frente a la cultura política ecuatoriana y el consumo del contenido gráfico periodístico en espacios digitales, dado por parte de los ciudadanos de la capital del país. Por lo tanto, con la elección de esta audiencia se pretende manifestar una comparación entre la identificación, explicación y comportamiento, frente a los temas antes mencionados. Así, se

podría vincular este análisis con un criterio común, particular y generacional, de los ecuatorianos hacia el género de opinión en la comunicación.

La constitución para este grupo focal fue dividida y extendida alrededor de 3 temas considerables:



### **3.4.2 Pregunta de investigación**

¿De qué manera el humor gráfico político digital influye en las decisiones políticas de las audiencias?

### **3.4.3 Planteamiento del problema**

Las acciones cotidianas y el relacionamiento social entre los quiteños, podría denotar la cultura del país dentro de su variabilidad. Así mismo, mediante dicha diversidad cultural de los ecuatorianos, se permitiría una compenetración del manejo de la política en Ecuador. Todo esto, empleando como herramienta la creación, en ocasiones desmedida, de contenido visual y de opinión. En la que también se encuentran inmersas las caricaturas y los caricaturistas a través de plataformas digitales en Internet.

Sin embargo, para Ferreres (2009), a la opinión pública se la debe relacionar con el espacio público, pero sobre todo con la vida pública. Sin embargo, Ferreres (2009) cree que no es comparable la opinión pública con la cultura, creencias, valores y pensamientos que prevalecen en cada sociedad. La opinión pública para Ferreres (2009) es una manifestación de la cultura la cual se propaga por distintos canales de comunicación, como el Internet.

"Lo que opina la gente, cómo formamos nuestros pensamientos acerca de los asuntos públicos, cómo los trasmitimos a los demás y cómo las opiniones que circulan entre las personas llegan a ser una parte sustancial de la realidad social.

(...) Cuando la gente habla entre sí y pone en circulación sus opiniones en el espacio social, contribuye a la formación de un tejido social específico, intangible y a la vez aprehensible para casi todos. Ese plano de la vida social constituido por las opiniones que las personas emiten y circulan entre ellas es llamado “opinión pública” (Mora 2005: 23s).

Además, según Casero- Ripollés (2016), la calidad de la información es una pieza clave para alcanzar una ciudadanía objetiva en una democracia repleta de significado. Por lo tanto, para Casero-Ripollés (2016) la complejidad de la comunicación y la correcta creación de contenido informativo contemporáneo, se encuentra en medio de un sistema de comunicación de masas, es decir, de los medios convencionales trasladados a un ámbito digital “policéntrico y fragmentado”. Para Casero- Ripollés (2016), los viejos y nuevos medios de comunicación (redes sociales, blogs, periódicos en línea, entre otros) “se funden y refunden” creando nuevos tipos de orden dentro de la sociedad.

Según Casero y Gutiérrez (2014) la considerable información comunicativa, los recientes mecanismos de colaboración política en línea dados por Internet o el surgimiento de nuevos actores informativos, que se oponen al monopolio que se practica por la profesión periodística, son algunos de los procedimientos que se originan en este nuevo entorno.

Según Martínez, Humanes y Saperas (2014) en los años 90 en España, la relación entre los periodistas y los políticos cambiaron debido a la consolidación del sistema democrático. Así, los medios de comunicación social modificaron su vínculo con el sistema político. Para Martínez, Humanes y Saperas (2014) todo esto a razón del fortalecimiento de un periodismo digital orientado al comentario y transmitido por programas radiofónicos y televisivos, o por la prensa escrita, en la que los periodistas actúan como auténticos representantes de posiciones ideológicas concordantes con la de los partidos políticos. Según la hipótesis de Goldman y Mutz (2011) existe el concepto de sobre efecto denominado “exposición selectiva” de la información política la cual podría estar relacionada, por ejemplo, con la publicación de una caricatura. Para Goldman y Mutz (2011) la exposición selectiva de los medios de comunicación pretende facilitar y, a la vez, dificultar la elección de contenidos que no coinciden con las

predisposiciones de un individuo. Por el contrario, las personas prefieren buscar y consumir información que refuerce sus creencias previas, tanto en los medios tradicionales como digitales.

El crecimiento de Internet como fuente de búsqueda de información no ha hecho más que reforzar esta idea, dado que los ciudadanos aumentan su capacidad de encontrar información más fácilmente (Valentino, Banks, Hutchings y Davis, 2009)

Entones, Casero- Ripollés (2016) concluye que la democracia no se ve afectada dentro del marco digital, ya que el ejercicio periodístico es incluso más requerido socialmente que antes. Es decir, el libre acceso en Internet hace que el destinatario se esfuerce por jerarquizar y elegir las fuentes, la información y opinión correcta e incorrecta.

Es así que el propósito de acoger las diferentes opiniones de los participantes de esta investigación es evidenciar si existe o no una cultura de consumo digital difundida a través de espacios periodísticos y, que a su vez, se ve enfrentada al poder legislativo en Ecuador. Además, se pretende evidenciar la influencia del uso de lo digital con la actividad política entre los ecuatorianos y los personajes políticos, y la elección de unos con otros. También conocer si es verdadera o no la supremacía visual del humor gráfico en la web como fuente de aprendizaje en los ecuatorianos.

### **3.5 Análisis del grupo de discusión**

#### **3.5.1 Cultura ecuatoriana**

Dentro del estudio de la cultura quiteña, siendo tomada como una muestra casi general y repetitiva en cuanto a la conducta y el pensamiento de los ecuatorianos, se han obtenido varias manifestaciones dotadas de matices que moldean los contenidos y decisiones políticas en el país. En este sentido, el muestreo para este grupo focal obtuvo variadas y también comunes respuestas ante las preguntas seleccionadas previamente. A continuación se presentan las respuestas más importantes a cada tema tratado en dicha mesa.

Pregunta	Respuesta
¿Cómo definen la cultura quiteña de acuerdo al cotidiano vivir de sus habitantes?	“(…) Me parece que en Ecuador existe mucho esto de “memoria a corto plazo” o el que olvida rápido. Digamos que tiene una memoria práctica de dos meses y guía su pensamiento sólo por aquello que ve en televisión. El ecuatoriano es hasta un poco novelero”.
¿Para ustedes existe una ideología política de momento?	“Considero que lo que estaba dicho de derecha a izquierda, ya no se hace en Ecuador. Es decir, la parte teórica de lo que te decía ser alguien de derecha o izquierda en el país, ya no se cumple. Desde que empezó el siglo 21 se mezcla el socialismo con el capitalismo, no existe nada teórico y sólo es lo que la gente quiere creer individualmente. Lo que alguien más le dice que es lo correcto o no”.
¿Creen que los medios digitales crean una cultura de consumo hacia una ideología o afinidad política?	“Totalmente (…) Cualquiera puede difundir algo para llamar la atención de alguna manera y tener sus dos minutos de fama. Como paso con el golpe de Correa o con Noboa como Ministro de Economía que divulgó el discurso de que el petróleo debe pertenecernos. La política ecuatoriana y del mundo, es una política mediática.
¿Cómo es su reacción cuando encuentran contenido gráfico como las caricaturas en Internet? ¿Creen	“Normalmente me detengo a leer el tema del que se habla en el contenido. Si es algún tópico de interés o si tiene

ustedes que se trata de un tema generacional?	información relevante, lo comparto con mi círculo colectivo. Y sí, es algo generacional. Como ya sabemos, el arte imita a la vida. Es lógico pensar que los contenidos de hoy están adaptados a nuestra sociedad, y que seguirán evolucionando a medida que nosotros en conjunto lo hagamos”.
¿Qué tipo de poder creen que se ejerce en las plataformas digitales?	“Ejerce un poder de convencimiento ya que muchos usuarios de dichas plataformas las utilizan y las recomiendan a nivel familiar, educativo amistoso y esto genera el uso de las mismas”.
¿Qué tan importante es el sistema educativo para el ejercicio de la comunicación a través de una opinión dada en Internet?	“Es totalmente deficiente. La educación pública y privada, no cubren las necesidades para lo contemporáneo. (...) En ese sentido, creo que las audiencias están cada vez menos preparadas para recibir contenido de manera crítica tanto en lo impreso como en lo digital. Y esto a futuro es cada vez peor, ya que cada uno puede generar su propio contenido o seguir lo que quiera sin criterios más formales”.
¿Creen ustedes que se puede generar aprendizaje a partir del Internet?	“No, creo que no podemos pensar que a mayor educación mayor cultura. Porque tenemos grandes profesionales que pueden ser muy malas personas o una ideología que irrespete a los demás. (...) Entonces,

	<p>a veces el aprendizaje no está mediado por la alta cultura o educación. Hay cosas que no te da lo digital, sólo te refuerza. No se puede educar a alguien por medio de lo digital si este se transforma constantemente”.</p>
<p>¿Qué opinión le merecen a los medios de comunicación ecuatorianos tradicionales y digitales?</p>	<p>“Acá les ha tocado transformarse a los medios digitales, y otros han nacido desde lo digital. Por ejemplo, el diario “El Comercio” es la página más leída en lo digital, pero no es leída desde su página web que es la que le debería dar dinero para subsistir. La idea del negocio digital del tradicional, es la suscripción. Pero, habría que analizar qué tipo de metodología y consumo tienen los ecuatorianos con la caricatura por ejemplo, tanto en un medio tradicional como en uno digital”.</p>
<p>¿Cuáles cambios creen que se deberían realizar en la Ley Orgánica de Comunicación para un mejor manejo de la opinión y por ende, de la comunicación?</p>	<p>“Lo primordial es llegar a un consenso, crear mecanismos efectivos que no sean una suerte de inquisición. Por el contrario, establecer parámetros comprensibles y que no den lugar a ambigüedades. La libertad de expresión, no requiere organismos que coaccionen el ejercicio diario de los distintos medios de comunicación, sino que por el contrario, requiere de pautas que</p>



	deberán ser socializadas con la comunidad para su oportuno cumplimiento”.
¿Creen ustedes que la participación digital puede romper la autocensura en la comunicación ecuatoriana?	“Es un tema muy controversial porque al utilizar los medios digitales podemos expresar de manera más abierta ciertos temas pero al mismo tiempo, muchos no lo publicarán con autor. Y eso indirectamente, mantiene aún una autocensura”.

### 3.5.2 Respuestas

En cuanto a la percepción acerca de la cultura en Ecuador, 5-10 personas en este grupo focal, opinan que las costumbres y los hábitos de los ecuatorianos están direccionados por alguien más. Es decir, una persona ya sea con poco o mucho liderazgo de opinión, que les afirme lo que deben pensar sobre un determinado aspecto. Todo esto, también es guiado por los medios de comunicación ecuatorianos que reproducen dichas opiniones como propias sin dar la oportunidad de discernimiento por parte de los habitantes del país.

En palabras de Stephany, una de los integrantes de este grupo focal: “la mayoría de los ciudadanos muestran muy poco interés en cuanto a temas relacionados al país, y se dejan guiar o llevar por lo que la sociedad dice”. Así mismo, esta porción de los participantes, argumenta que la cultura ecuatoriana afecta las decisiones políticas de un modo casi irresponsable. Por ejemplo, al no repasar individualmente hechos anteriores a la historia política de Ecuador, solemos olvidar lo que realmente creemos por lo que otros nos quieren hacer creer. Según Roberto: “(...) tranquilamente hoy puede ganar un político de derecha, ya que así son los ecuatorianos en cuanto a su mirada política. La gente se va olvidando de todo”.

Sin embargo, las 5 personas restantes, piensan que la cultura ecuatoriana no puede ser tomada como única ya que existe una gran diferenciación inclusive

con habitantes de una misma región del país. Y esto no influye o debe influir en la toma de decisiones de actores y sucesos políticos.

Luego, se formuló una pregunta en relación a si existe un consumismo ideológico o de afinidad política en lo digital, por parte de los usuarios a nivel global. Esto, con el fin de analizar cuál es el punto de vista de la audiencia en cuanto a las plataformas digitales como modeladores conductuales. Una vez más, un accionar que bien podría ser asimilado como individual, colectivo, político o también un tema no gubernamental. El total de la audiencia de ambas sesiones para este grupo focal, concuerda que lo digital y lo político están intrínsecamente unidos con la necesidad del momento. Es decir, a crear una misma expectativa, que según los participantes, es característica de los medios digitales. Para Alejandro: “(...) no existe nada teórico y sólo es lo que la gente quiere creer individualmente. Lo que alguien más le dice que es lo correcto o no”. Ahora, los integrantes del primer encuentro focal, ahondaron un poco más en esta pregunta para colocarla *in situ*, es decir, en Ecuador. Entonces, 3-10 personas de este grupo focal, opinan que tanto el empleo periodístico digital en Ecuador, es mediático y no busca un fin social, sino, uno individual. Las 7 personas restantes en Quito argumentan que todo depende del grado de influencia y del uso que una persona quiere dotarle a cierto contenido político. Es decir, el consumo de lo digital varía a partir de un sesgo individual.

En ese sentido, los integrantes de la primera sesión para este grupo focal, valoraron el consumo sobre contenido político en espacios digitales nacionales. Por lo tanto, 5-10 personas de los participantes de este grupo focal argumentan que el Internet es una plataforma que informa y desinforma a la vez, por lo que es primordial dejar de lado la ideología política de “políticos corruptos” para que tanto los emisores como los receptores de un medio digital ecuatoriano puedan contrastar una noticia de forma apropiada para forjar un criterio al respecto. Sea este en artículos, notas de prensa, material audiovisual ya que, en muchas ocasiones, se generan debates alrededor de asuntos que ni si quiera son reales. Los 5 miembros restantes opinan que, si bien es cierto que el mundo digital engloba muchas ambigüedades, es nuestra responsabilidad también saber qué es únicamente viral y qué es periodismo político consecuente.

Ahora bien, el desarrollo de lo visual en Internet fue direccionado desde dos aristas por parte de los dos grupos focales. En el primer grupo focal, la moderadora expuso un debate acerca de si las imágenes, los memes y las caricaturas son percibidos por los receptores desde un punto de vista generacional. Por el contrario, en siguiente grupo focal se propuso la misma idea de lo visual a partir de una brecha generacional, pero enfocado hacia la reacción, y la razón cuando encuentran dicho contenido. Todo esto, para identificar las variantes entre una opinión socialmente aceptada, pero además, que es acogida como propia en la cultura política ecuatoriana, y el criterio personal. Para los 4 participantes de la primera sesión, es imposible el confundir los conceptos y mensajes que dota una imagen, un meme, y una caricatura, ya que cada uno de estos posee un lenguaje propio. Por lo tanto, en este sentido no existe una separación generacional, pero sí existe otro factor que distancia a estos elementos visuales. Esto es, el avance tecnológico y la producción de contenido visual pueden ocasionar que, por la diferencia de edad entre una persona y otra, no se comprenda el mensaje que transmite un meme, por ejemplo, porque el contexto del mismo es posterior al ambiente habitual en el que se desenvuelve un individuo. Sin embargo, también concluyen que existe esta ruptura generacional con la venida de la digital porque hay contenido periodístico y no periodístico político que únicamente se difunde en Internet. Tal es el caso de las caricaturas, memes e inclusive videos, alrededor de la aparición del alcalde de Quito, Mauricio Rodas, este 16 de septiembre en la gala del *World Travel Awards* en la ciudad de Guayaquil. Así mismo, los participantes de este encuentro agregan que, la diferencia generacional con el material visual en Internet no sólo involucra a algunos individuos en la contemporaneidad. Para Alejandro, en unos años quizás la generación juvenil del 2018 quizás serán también analfabetos digitales. Es decir, los denominados “millennials” también serán parte de este desconocimiento de todo tipo de contenido en Internet. Entonces, desde este parecer en algún punto todos tendremos una brecha generacional con otros cuando visualicemos un determinado elemento que circula en lo digital.

Ahora bien, la causa y efecto que se genera en los integrantes del segundo grupo focal frente a un elemento visual en Internet, tiene una estimación aceptable.

Todos los miembros, creen que el contenido es propicio y correcto para quien quiera tomarlo como tal desde su parecer porque a la final son una gama de opiniones que en su mayoría son basadas en algo real. De igual modo, los participantes de este grupo focal manifiestan que su reacción ante esto, ha logrado que temas que generan un impacto social y político, logren también tener un lado cómico y de alguna forma, entretenido. No obstante, acerca de su opinión sobre si el entendimiento de las imágenes, memes y caricaturas depende de la generación en la que nos desarrollamos, su contestación fue la misma que el primer encuentro de este grupo focal. Según Mikaela: “No, se trata de un tema generacional, porque de alguna manera, el arte siempre ha estado presente en nuestras sociedades, es una referencia histórica”.

Luego, se formuló la misma pregunta para los dos grupos focales. La interrogante fue sobre qué tipo de poder se desenvuelve en los espacios digitales. Así, 8-10 integrantes de este grupo focal, considerando ambos grupos focales, el poder en Internet una persona ejerce poder a partir de cuantas personas lo siguen como un líder de opinión o según la repercusión que tiene el comentario de un individuo acerca de otro o de sí mismo. Para Roberto, esto significa que: “El poder digital sólo se puede medir en base a la gente que consume, cuánto tiempo consume, cuánta gente está siguiendo tal o cual publicación”. Para Alejandro, tanta es la relevancia de obtener seguidores para considerarse poderoso en los digital que, en el ámbito político, esto es cada vez más visible. Según Alejandro no será nada novedoso que en unos años los llamados “influencers”, que son personas con alta credibilidad e influencia sobre un tema específico en redes sociales, luego sean contratados por candidatos políticos para atraer a más simpatizantes para sus partidos. Alejandro expone que la política digital en Ecuador es la que más cede y otorga un poder dentro de la sociedad contemporánea. Para las 3 personas restantes, el poder que se provoca en Internet es el de la libertad de expresión y el convencimiento a través de lo que se publica o se consume en estas plataformas.

En cuanto a si tiene relevancia el sistema educativo para el ejercicio de la comunicación a través de una opinión dada en Internet en Ecuador, los argumentos de los participantes de ambos grupos focales, se dividieron en dos. Entonces, 5-10 personas de todos los integrantes del grupo focal, opinan que el

sistema educativo es obsoleto y que trata que adaptarse a una nueva era digital que ya está sucediendo. Para esto, ellos creen que se debe integrar las herramientas y conocimientos necesarios para implementar y reconocer un buen contenido en Internet. Es decir, apoyarse en otros elementos tecnológicos para complementar los instruidos en las aulas de clase, partiendo desde un uso correcto del mismo. Los otros 5 integrantes aseveran que actualmente existen espacios que difunden contenido de interés en Internet que son propiciados por el Ministerio de Educación, y que son acogidos por casi todos los establecimientos del país. En cuanto a si se puede generar aprendizaje en espacios digitales en Ecuador, la segmentación fue la misma entre los miembros. Las subsiguientes 5 personas en este encuentro manifiestan que no se puede pensar que va a existir más cultura o aprendizaje si el sistema educativo del país integra lo digital para la enseñanza impartida por los profesores. Porque el Internet no puede lograr que el otro aprenda algo si éste se encuentra en constante cambio. Otros 5 integrantes creen que se puede desarrollar un aprendizaje si este es de calidad.

Después, la moderadora propuso la siguiente pregunta, la cual fue el criterio que le merecen a los medios tradicionales y digitales en Ecuador. Por lo que 3-10 personas del total de integrantes de estos grupos focales, expone que no consume medios de comunicación nacionales en ningún formato porque lo que prima no es el contenido informativo. Otras 3-10 manifiesta que consumen los medios más importantes en el país, sin embargo, están conscientes que la información difundida no es real y más bien, tiene un sesgo por intereses varios. Luego, 3 personas más argumentan que los medios de comunicación social ecuatorianos son decadentes y que su manejo hacia las audiencias necesita ser reestructurado. Y los 3 últimos integrantes exponen que están conformes con el contenido difundidos por los medios de comunicación ecuatorianos.

Por último, los miembros de estos dos grupos focales debatieron acerca de si es viable la participación digital como una alternativa para abolir la autocensura, censura que se discute en la nueva reforma a la Ley de Comunicación en el país. Según este análisis, 6-10 personas en este grupo focal creen que un mayor involucramiento de periodistas y ciudadanos ecuatorianos en redes sociales e Internet, no disminuirá la autocensura, ya que, en espacios digitales, el Gobierno

no puede controlar la publicación de una opinión, además que, cualquier individuo es portador de información.

## Conclusiones

- El empleo de las herramientas digitales en el humor gráfico en Ecuador, han generado un avance cualitativo en cuanto a la comunicación entre ecuatorianos. Si bien el periodismo se renueva constantemente, con la llegada del Internet, la creación de las caricaturas han abierto espacios de participación y opinión que antes no eran visibilizados por las altas esferas del poder.
- El humor gráfico político digital, es ahora una alternativa para contrastar los nuevos discursos que se difunden también en Internet, por los actores políticos en el país. La información transmitida a través de los medios tradicionales ecuatorianos está perdiendo su credibilidad a razón de la supremacía visual de un hecho social y político en la web.
- La política en Ecuador sí les importa a los jóvenes, y su predisposición ante el sistema político es cada vez mayor. Contrario a lo que piensan los líderes políticos nacionales, el descontento y desesperanza de los jóvenes propicia a una mayor voluntad por involucrarse en la política debido a la falta de honestidad en el ejercicio de las funciones de los mismos.
- El poder digital ya no sólo le pertenece al gobierno, ahora también le corresponde a los ciudadanos. Por el contrario, los medios tradicionales no poseen dicha alternativa.
- El nacimiento de las modernas comunidades de práctica en lo digital, no se agrupan de acuerdo a un talante generacional para la comprensión de una caricatura. El lenguaje utilizado en el humor gráfico y de lo visual, es un lenguaje universal que se adapta y refuerza el juicio propio.
- El *modus vivendi* o el relacionar social de cada día, refleja la cultura ecuatoriana, que a su vez, repercute en lo macro: la política. Esto es, el proceder político entre los pobladores y la elección de unos con otros.
- Los medios digitales no crean una cultura de consumo en Ecuador. Más bien, los diversos espacios en Internet han fomentado un origen importante de caricaturistas y no de caricaturas.
- El sistema de educación ecuatoriano, no va a la par del crecimiento de lo digital. Los contenidos en medios tradicionales como digitales, no pueden

ser diferenciados con criticidad y las nuevas formas de conocimiento son cada vez más caducas. Por lo que esto transgrede al ejercicio periodístico responsable en la contemporaneidad.

- La implicación de los ecuatorianos en Internet, no quebranta la autocensura. Por el contrario, las redes sociales y lo digital motivan a la difusión de juicios tanto de líderes de opinión como de ciudadanos ecuatorianos, que no están mediados con responsabilidad.

### **3.1 Recomendaciones:**

- Esta investigación puede ser incluida como el inicio de una aproximación hacia el estudio de los nuevos formatos, géneros y aproximaciones periodísticas en los recientes entornos políticos y digitales en Ecuador.
- El análisis profundo de las reformas a la Ley Orgánica de Comunicación con el fin de evaluar la situación política ecuatoriana y el destino de estas normativas para el mejoramiento de la situación comunicacional en el país.
- Esta indagación puede servir como punto de partida para ampliar la cultura ecuatoriana con la venida de la era digital, además del desenvolvimiento del periodismo ecuatoriano a la par del desarrollo del Internet.



# **ANEXOS**

## **Anexo A**

### **Transcripciones de los grupos focales**

Transcripción

13 de septiembre del 2018

11:40 am

**Moderadora:** Buenas tardes con todos. Agradezco su presencia el día de hoy. Como saben este grupo focal va dirigido hacia ustedes para conocer su opinión sobre la cultura ecuatoriana pero, más segmentada hacia la cultura quiteña trasladada a algo macro que es lo política del país. Para esto, les voy a pedir que cada uno diga su nombre y su edad.

**Karla:** Karla Moreta, 23 años.

**Alejandro:** Alejandro Vinueza, 24 años

**Roberto:** Roberto Morales, 43 años

**Paúl:** Paúl Cepeda, 21 años

**Moderadora:** Bien. Mi primera pregunta hacia ustedes es, ¿cómo definirían a la cultura quiteña de acuerdo al cotidiano vivir de sus habitantes?

**Karla:** La puntualidad, por ejemplo. Como sucedió con la reunión de ahora, no todos llegaron a la hora que quedamos. Personalmente, intento ser puntual pero todas las demás personas siempre llegan tarde. Por eso, yo ya me he acostumbrado a no salir con el tiempo justo para encontrarme con alguien, si no, salir un poco más tarde porque yo sé que van a llegar más tarde.

**Paúl:** Además de la puntualidad que me parece más característico de Latinoamérica que de los ecuatorianos. Me parece que en Ecuador existe mucho esto de “memoria a corto plazo” o el que olvida rápido. Digamos que tiene una memoria práctica de dos meses y guía su pensamiento sólo por aquello que ve en televisión. El ecuatoriano es hasta un poco novelero.

**Roberto:** Creo que es como un libro que se llama “El péndulo de Foucault”, en el que explica que el ser humano se basa en una tendencia política, y luego de

que se acaba este gobierno o cuestión política, dirige su ideología hacia el contrario. Y esto si hemos podido ver que pasa en nuestro país. O sea, antes teníamos los políticos tradicionales, luego la gente se cansó de esos políticos, y es cuando tuvimos tres gobiernos derrocados. Después, esos mismos políticos relegados por los ecuatorianos, volvían a participar en las elecciones pero todos los ecuatorianos ya estaban cansado de ellos, y es cuando se postuló alguien que daba correazos a un monigote. Entonces, los ecuatorianos lo eligieron porque creyeron que era la salvación. Es decir, tranquilamente hoy puede ganar un político de derecha ya que así son los ecuatorianos en cuanto a su mirada política. Como dice Paúl, la gente se va olvidando de todo.

**Alejandro:** Considero que al ecuatoriano no le gusta planificar, sólo arriesgarse por instinto. No tiene un *feedback* o retroalimentación de todo lo que ha hecho, por lo tanto, al final no puede buscar todo los errores que tiene. Por eso, no tenemos una idea de mejora al momento que intentamos algo.

**Moderadora:** Ahora, ¿para ustedes existe una ideología política o una afinidad política de momento?

**Alejandro:** Considero que lo que estaba dicho de derecha a izquierda, ya no se hace en Ecuador. Es decir, la parte teórica de lo que te decía ser alguien de derecha o izquierda en el país, ya no se cumple. Desde que empezó el siglo 21 se mezcla el socialismo con el capitalismo, no existe nada teórico y sólo es lo que la gente quiere creer individualmente. Lo que alguien más le dice que es lo correcto o no.

**Paúl, Karla, Roberto:** Concordamos con Alejandro. Sólo somos afines.

**Moderadora:** Bueno. En el plano de lo digital, ¿creen que la afinidad política del momento también está presente en medios digitales nacionales?

**Roberto:** Totalmente. Por ejemplo, lo que pasó en esta semana con la foto de esta supuesta hija de la alcaldesa del Guayas y que circuló en Internet. En realidad no era ella, era un montaje con una actriz porno. La gente empezó a opinar alrededor de la ideología de los “Políticos corruptos” o “¡Fuera Correa!”. Entonces se empieza a generar un debate en base a una imagen que ni si quiera es real. Cualquiera puede difundir algo para llamar la atención de alguna manera

y tener sus dos minutos de fama. Como paso con el golpe de Correa o con Noboa como Ministro de Economía que divulgó el discurso de que el petróleo debe pertenecernos. La política ecuatoriana y del mundo, es una política mediática.

**Paúl:** Bueno, a mí siempre me ha parecido muy irresponsable la historia del periodismo aquí. Por eso, el periodismo ya no se ve como algo para ilustrarse si no, como una herramienta. Especialmente hoy en día con el periodismo digital o de consumo.

**Karla:** Sí, es decir, todos tienen un *Smartphone*, tienen *Twitter*, *Facebook*, y cualquier medio que va a servir para el consumo del periodismo digital. Pero también, como decía Roberto, hay cosas que se hacen virales y no son reales a nivel político. Entonces, hay que aprender a sesgar las cosas.

**Alejandro:** El Internet es una herramienta poderosa tanto para informar como para desinformar. Entonces una vez más, depende del usuario ecuatoriano que consume o publica para saber discernir si es verdadera lo que me presentan o no.

**Moderadora:** A partir del contenido visual político tanto de imágenes, memes, caricaturas, que ustedes mencionan y encuentran en Internet. ¿Creen ustedes que se trata de un tema generacional?

**Alejandro:** Creo que el Ministerio de Educación después de unos años deberá lanzar una campaña para analfabetismo digital. Lo cual me parece bastante grave porque personas como los *millennials*, luego van a ser analfabetos digitales. Por lo tanto, si es algo generacional.

**Paúl:** Yo creo que sería imposible que una persona de cualquier edad, confunda una caricatura con un meme, por ejemplo. Ya que en ambos utilizan diferentes lenguajes. Además, que la caricatura siempre va a ser un producto original. A pesar que, el estilo de un caricaturista es casi una firma que lo define. Lo que si puede suceder es que una persona adulta no pueda comprender un meme y sí una caricatura porque es un lenguaje universal. Pero, no confundir ambos por algo generacional.

**Karla:** Estoy de acuerdo con Paúl.

**Roberto:** Comparto lo que dicen ambos.

**Moderadora:** Ahora bien, ¿Qué tipo de poder político se desarrolla en lo digital?

**Roberto:** Por ejemplo, Correa tenía un montón de seguidores y ya ha dejado de crecer en redes sociales. Pero lo que le comentan o el comenta, si ejerce un poder. También puedo poner una caricatura mía pero yo tendría influencia o poder entre los ecuatorianos, sólo si tengo muchos seguidores en mis cuentas digitales. El poder digital sólo se puede medir en base a la gente que consume, cuánto tiempo consume, cuánta gente está siguiendo tal o cual publicación. Tienes relevancia si en realidad tienes una vida social digital y ahora necesitan menos filtros políticos. Obligatoriamente no se debe dar una rueda de prensa como antes, ahora un político hace una transmisión en vivo, los medios comunicacionales lo replican, y tiene inclusive más poder.

**Paúl:** En un sentido de poder, me parece que los medios digitales sí se proyectan como un poder mucho mayor porque la industria de lo físico está en declive. Y también responde a la desaparición de estas generaciones analfabetas en estos sistemas.

**Alejandro:** Creo que inclusive ahora se les ha dado un nombre a este tipo de personas y son los “*influencers*”. En donde industrias como “Coca Cola” están valiéndose de estas personas para captar la atención de las masas. Incluso en la parte política, en un futuro se contratarán a estas personas para de una forma distribuir sus campañas electorales porque tienen un alcance de millones de personas, y que no lo consigue un diario. El tiempo real, genera un poder que los medios tradicionales impresos no podrán lograr.

**Karla:** Sí, esto es lo que pasó con la campaña con Trump y Hilary Clinton en Estados Unidos. En donde muchos famosos apoyaban la campaña de Clinton porque con esos famosos ella buscaba ganar votos, al igual que Trump.

**Moderadora:** En referencia a esto, ¿qué tan importante es el sistema educativo para el ejercicio de la comunicación a través de una opinión dada en Internet?

**Paúl:** Es totalmente deficiente. La educación pública y privada, no cubren las necesidades para lo contemporáneo. Es decir, en las clases de Historia, por ejemplo, sólo nos presentan muchos datos, cuando en realidad debería presentar una reflexión del presente a través del pasado. En ese sentido, creo

que las audiencias están cada vez menos preparadas para recibir contenido de manera crítica tanto en lo impreso como en lo digital. Y esto a futuro es cada vez peor, ya que cada uno puede generar su propio contenido o seguir lo que quiera sin criterios más formales.

**Alejandro:** Sí, yo creo que el sistema educativo está bastante caduco para lo que está envolviendo al mundo. Considero que el sistema de la academia en vez de ser una “wiki” debe ser un sistema incluyente tanto para el profesor como para el estudiante. Identificar conocimiento a la par.

**Roberto y Karla:** Exactamente.

**Moderadora:** Entonces. ¿Creen ustedes que se puede generar aprendizaje a partir del Internet?

**Roberto:** No, creo que no podemos pensar que a mayor educación mayor cultura. Porque tenemos grandes profesionales que pueden ser muy malas personas o una ideología que irrespete a los demás. Esto sucedió en el debate con la Ley del aborto en medios tradicionales y digitales en Argentina. Había personas educadas, médicos, políticos que discutían esto a favor o en contra. Entonces, a veces el aprendizaje no está mediado por la alta cultura o educación. Hay cosas que no te da lo digital, sólo te refuerza. No se puede educar a alguien por medio de lo digital si este se transforma constantemente.

**Paúl, Karla, Alejandro:** opinamos lo mismo.

**Moderadora:** Ok. ¿Qué opinión ustedes le merecen a los medios de comunicación ecuatorianos tradicionales y digitales?

**Alejandro:** Yo la verdad no consumo los medios de comunicación del país. De alguna forma, porque creo que los medios que mayor *rating* tiene en Ecuador son los de “prensa rosa”. No consumo ni noticias locales, porque creo que en medios internacionales puedo encontrar las mismas noticias de Ecuador pero sin ningún tipo de sesgo político, social o cultural. Pienso que inclusive para que una noticia de Ecuador sea difundida en una cadena internacional, debe pasar por un filtro más riguroso de fundamentos de información que lo que se transmite en Ecuador.

**Paúl:** Bueno en mi caso, fue todo un cambio. Primero empecé por no informarme por ningún medio, luego pasé a consumir medios digitales para después volver a los medios tradicionales. Porque siguiendo a los medios digitales me di cuenta que la calidad del medio tradicional es totalmente distinta, inclusive en la extensión. Es decir, en el diario digital “El Telégrafo” te ponen debajo de un artículo o noticia el tiempo que te toma leerlo. Lo digital no deja entender nada por pretender economizar el mensaje, y en la física puedo encontrar hasta más artículos de una misma noticia.

**Roberto:** Acá les ha tocado transformarse a los medios digitales, y otros han nacido desde lo digital. Por ejemplo, el diario “El Comercio” es la página más leída en lo digital, pero no es leída desde su página web que es la que le debería dar dinero para subsistir. La idea del negocio digital del tradicional, es la suscripción. Pero, habría que analizar qué tipo de metodología y consumo tienen los ecuatorianos con la caricatura por ejemplo, tanto en un medio tradicional como en uno digital.

**Karla:** Yo tampoco consumo los medios de comunicación en Ecuador, sólo veo el noticiero de la noche en los canales de “Ecuavisa” o “Teleamazonas”.

**Moderadora:** Ahora en otro ámbito. ¿Creen ustedes que la participación digital puede romper la autocensura de la que se debate en la nueva reforma a la Ley de Comunicación en el país?

**Roberto:** Es complicado porque hay un uso particular de la gente que ahora también se siente portadora de información y que es libre de enviar un mensaje. No puedes limitar si es un contenido periodístico o no, mediante una legislación y haciendo uso de las mismas redes sociales. Lo digital no te permite un mejor acceso o control de la opinión. Porque no se sabe si la responsabilidad está en el medio, en la persona o en la Ley.

**Alejandro:** Creo que tienes un poder de dominar si tienes el poder o el dinero. El Gobierno ecuatoriano no le puede prohibir a una persona una opinión, pero si puede eliminar los servidores digitales en el país.

**Roberto:** Exacto. Como en China tienen su propio Internet, su propia página web, su propio Facebook. A la final es un control mediático que depende netamente del poder.

**Paúl:** Yo veo a la Ley de Comunicación como necesaria porque tengo una tendencia un poco más autoritaria. Porque no creo que el periodismo ecuatoriano esté preparado, sobre todo estos últimos años, para hacer información de calidad. Así también como la gente coloquial para hacer información óptima. Entonces, no creo que las redes sociales den mayor campo para que la gente deje de autocensurarse. Por el contrario, creo que las redes sociales y lo digital, dan mucho más posibilidades para que la información sea de menor calidad.

**Karla:** Concuero con ellos.

**Moderadora:** Listo, esto ha sido todo. Muchas gracias por su tiempo.



## **Anexo B**

### **Transcripciones de los grupos focales**

Transcripción  
19 de septiembre del 2018  
11:00 am

**Moderadora:** Buenas tardes con todos. Agradezco su presencia el día de hoy. Les voy a pedir que cada uno diga su nombre y su edad.

**Stephany:** Stephany Vaca, 24 años.

**Fernando:** Fernando Garzon, 40 años.

**Mikaela:** Mikaela Álvarez, 23 años.

**David:** David Manosalvas, 38 años.

**Moderadora:** Bien. ¿Cómo definen a la cultura ecuatoriana de acuerdo al cotidiano vivir de sus habitantes? ¿Qué tan importante es esto para el ejercicio político?

**Stephany:** Bueno, yo defino a la cultura ecuatoriana como un sistema pobre en relación al sistema político, ya que la mayoría de los ciudadanos muestran muy poco interés en cuanto a temas relacionados al país, y se dejan guiar o llevar por lo que la sociedad dice.

**Mikaela:** Creo que Ecuador es un país pluricultural, plurinacional y multiétnico, en donde están presentes varias tradiciones y culturas. Para mí, no existe un denominador común en cuanto a la cultura de sus habitantes. Cada grupo social posee distintivos únicos en cuanto a su cosmovisión y sus costumbres. Además, la constitución ecuatoriana, garantiza la libre elección, democrática, participativa, de todos los habitantes del estado ecuatoriano, independientemente de la comunidad, pueblo o nacionalidad a la que pertenezcan.

**Fernando:** A la cultura ecuatoriana aún le falta mucho por aprender, leer y ampliar el conocimiento de temas realmente importantes es por eso que somos aun subdesarrollados, porque nos dejamos convencer con temas superficiales sin tomar en cuenta de lo realmente importante. Al ampliar nuestra cultura y

nuestro conocimiento de temas de fondo que nos ayuden a culturizarnos nos ayudarían a que la política de nuestro país sea escogida de mejor forma y que realmente valga la pena.

**David:** Somos una cultura muy individualista, no velamos por el bien grupal, nos manejamos más por el interés personal. Nuestra cultura tiene raíces diversas y profundas en una historia tan rica como multiétnica, lo cual debería deberíamos tener en cuenta para el desarrollo social.

**Moderadora:** Listo. ¿Para ustedes los medios digitales crean una cultura de consumo ideológica o de afinidad política?

**Stephany:** Sí, ya que de una manera directa o indirecta nos alientan o incitan a realizarlo.

**Fernando:** Claro que sí, crean un consumo hoy por hoy todo. Lo relacionado al campo de ventas, se ha ampliado a pasos gigantescos en todas las plataformas virtuales.

**Mikaela:** Por supuesto, las distintas plataformas digitales, usualmente crean expectativas en el usuario sobre determinados productos o temas que se ofertan en el mercado. Suelen incitar al consumo de artículos y de información que ofrecen determinadas características, y que aparentemente son indispensables.

**David:** En gran parte sí. Tomando en cuenta que los medios digitales abarcan varios ejemplos tales como programas informáticos, videos e imágenes, videojuegos, páginas web y sitios web, se facilita cierto mercado en internet.

**Moderadora:** A partir de esto, ¿por qué creen que existe tanto contenido visual en distintos espacios en Internet?

**Fernando:** Porque todo el mundo se encuentra ya tecnificado a través del celular que cada vez sigue avanzando en la tecnología y ya es más accesible de forma rápida a todos los espacios de internet.

**Mikaela:** Porque los contenidos visuales atraen a las masas. Es llamativo y a su vez, estos contenidos visuales suelen redireccionarte a otras páginas o a publicidad, lo que genera ganancias al administrador de una página web.

**Stephany:** Considero que el Internet está copado con contenido visual. Mucho de este contenido es de calidad, mientras que otro no, pero todos tienen el mismo fin que es informar a la ciudadanía. Creo que ahí está el gran reto como ciudadanos saber escoger cual contenido es veraz.

**David:** El contenido visual reina en las redes sociales, justamente porque tiene la capacidad de esparcir información de cualquier ámbito; entonces ya sea en imágenes, videos o gráficos, cualquiera puede dar a conocer una idea y que tenga gran impacto de manera sencilla.

**Moderadora:** ¿Cómo es su reacción o pensamiento cuando encuentran contenido gráfico como las caricaturas? ¿Creen ustedes que se trata de un tema generacional?

**Stephany:** Cuando me encuentro con ese tipo de contenido lo siento adecuado y aceptable, ya que muchas veces este material nos ayuda a darnos cuenta de algún tema de una manera más entretenida y causa impacto. No lo considero un tema generacional, ya que no existe un rango de edad el cual permita o no visualizarlo, opinarlo, y aceptarlo.

**David:** Normalmente me detengo a leer el tema del que se habla en el contenido. Si es algún tópico de interés o si tiene información relevante, lo comparto con mi círculo colectivo. Y sí, es algo generacional. Como ya sabemos, el arte imita a la vida. Es lógico pensar que los contenidos de hoy están adaptados a nuestra sociedad, y que seguirán evolucionando a medida que nosotros en conjunto lo hagamos.

**Fernando:** Todo se convierte en una experiencia ambigua, las relaciones sociales se deterioran más cuando se usa la tecnología.

**Mikaela:** Encontrar contenido gráfico, de cierta manera es agradable. Generalmente, este tipo de contenido se ubica en la última sección de cualquier medio de comunicación para distraer a la persona que lee el contenido, de los problemas sociales que a diario se suscitan en el mundo. No, se trata de un tema generacional, porque de alguna manera, el arte siempre ha estado presente en nuestras sociedades, es una referencia histórica. Las caricaturas, por ejemplo, retratan sarcásticamente o irónicamente los conflictos sociales que se han dado

a través del tiempo. Este tipo de contenido, puede tomar formas diversas, pero el objetivo es el mismo, informar y expresar emociones del momento.

**Moderadora:** Ahora, ¿qué tipo de poder creen que se ejerce en las plataformas digitales?

**David:** Es un arma de doble filo. Los usuarios vemos y podemos llegar a compartir información, tanto valiosa como errónea, entonces generamos cadenas de comunicación que deberían tener al menos una previa investigación del tema que se trata.

**Mikaela:** Bueno, opino que la libertad de expresión es el poder ejercido por parte de los usuarios. A través de estas plataformas digitales, el usuario puede manifestar su opinión. Cabe recalcar que en algunos casos sin restricciones, asegurando confidencialidad, a excepción de contadas redes sociales.

**Stephany:** Ejerce un poder de convencimiento ya que muchos usuarios de dichas plataformas las utilizan y las recomiendan a nivel familiar, educativo amistoso y esto genera el uso de las mismas.

**Fernando:** Creo que el mayor poder que se ejerce es que el conocimiento sobre tal o cual tema, está expuesto y ya nada está oculto.

**Moderadora:** ¿Qué tan importante es el sistema educativo para el ejercicio de la comunicación a través de una opinión dada en Internet?

**Stephany:** Sí, pero es importante identificar el aprendizaje de calidad.

**David:** Sí, tanto educar como concientizar, siempre y cuando sea a través de videos o gráficos que muestren la realidad de algún tópico en particular.

**Fernando:** Pienso igual que David.

**Mikaela:** Bueno, porque existen espacios que promueven la investigación y la difusión de acontecimientos relevantes, a nivel regional, global, etc. Los medios digitales son plataformas que dan la posibilidad al usuario de acceder a la información inmediatamente, además de acoplarse a sus requerimientos y a sus gustos.

**Moderadora:** Ok. ¿Qué tan importante es el sistema educativo para el ejercicio de la comunicación a través de una opinión dada en Internet? A su vez, ¿qué opinión usted le merece a los medios de comunicación ecuatorianos tradicionales y digitales?

**Mikaela:** El sistema educativo es fundamental, ya que nos brinda las herramientas y la capacitación necesaria para poder utilizar las tecnologías de la información. Tener el beneficio de la duda, nos permite discernir y formar un criterio acorde con la realidad actual. Los medios de comunicación ecuatorianos, en algunos casos dan importancia a sucesos banales, intrascendentes que en principio no requieren mayor cobertura, pero que sin embargo, al ser virales, varios medios han optado por sucumbir ante este tipo de contenido.

**Fernando:** El sistema educativo es importante para ayudar a guiar cómo debe ser la comunicación a través del internet, las redes sociales y demás, pero de ahí no es importante el sistema educativo para guiarte como debes dar una opinión dada por internet, ya que esta dependerá del nivel de cultura que tu tengas que no necesariamente este enlazado al nivel educativo. Los medios ecuatorianos, creo que hoy por hoy, se basan en dar noticias de acuerdo a evidencias y ya no en supuestos sensacionalismos como era antes.

**David:** Muy importante. Debemos aprender y enseñar a discernir todos los enunciados que nos llegan a diario. Manejarlos con atención y tener críticas constructivas hacia los informes. A mi criterio los medios ecuatorianos no me han dejado con mal sabor de boca. Siento que la censura ha afectado un poco a la divulgación de las noticias, pero en general no tengo críticas malas.

**Stephany:** Es un tema muy importante ya que así podemos saber si dicha opinión es la adecuada o sino generar un debate con la misma y llegar a conocer la veracidad o no de dicha opinión. Mi opinión sobre los medios de comunicación ecuatorianos es que no brindan a la ciudadanía una información 100% real, ya que la mayoría, obviamente maneja la base de la noticia pero no la desarrollan de manera imparcial sino muchas veces según la conveniencia de los directivos de dicho medio, lo cual genera desconfianza.

**Moderadora:** En cuanto a las reformas a la Ley de Comunicación, ¿cuáles cambios cree que se deberían realizar para un mejor manejo de la opinión y por ende, de la comunicación?

**Stephany:** Considero que es importante que se respete el libre derecho a expresarse, ya que muchas veces se ha tocado el tema y se ha mencionado que existe este derecho como fuente principal en los medios de comunicación. Pero, al mismo tiempo no se ha dado el ejemplo de respetarlo. Así que creo que ese es el principal cambio que debe darse para que la información brindada se realice en su totalidad.

**David:** El “problema” con la censura, es que pueden llegar a generar inconvenientes o indirectas contra un gobierno u otros organismos de poder. Pero personalmente pienso que hay mucha información valiosa en ciertas críticas de los medios de comunicación.

**Mikaela:** Lo primordial es llegar a un consenso, crear mecanismos efectivos que no sean una suerte de inquisición. Por el contrario, establecer parámetros comprensibles y que no den lugar a ambigüedades. La libertad de expresión, no requiere organismos que coaccionen el ejercicio diario de los distintos medios de comunicación, sino que por el contrario, requiere de pautas que deberán ser socializadas con la comunidad para su oportuno cumplimiento.

**Fernando:** No estoy al tanto de las reformas para lo cual no puedo emitir mi opinión.

**Moderadora:** ¿Creen ustedes que la participación digital puede romper la autocensura?

**David:** Sí. Siendo usuarios de plataformas digitales personales, compartimos nuestras ideas y pensamientos de otros usuarios. Cada vez con más seguridad individual y sin censura.

**Mikaela:** De alguna manera, sí, porque las personas al no tener mayores represalias por parte del Estado y sus organismos de control, podrían expresarse libremente y emitir una opinión más personal, sin limitaciones, miedo, o a medias.

**Stephany:** Es un tema muy controversial porque al utilizar los medios digitales podemos expresar de manera más abierta ciertos temas pero al mismo tiempo,

muchos no lo publicarán con autor. Y eso indirectamente, mantiene aún una autocensura.

**Fernando:** No pienso que exista seguridad suficiente de que rompa la autocensura es un medio de comunicación también pero el mismo se ve rodeado muchas veces de cosas que no son reales.

**Moderadora:** Listo, esto es todo. Muchas gracias por haber venido.

## Referencias:

Las fuentes utilizadas para esta investigación fueron seleccionadas con el fin de comprender el paso histórico político- social y político- cultural del humor gráfico en Ecuador. Es por esto que, algunas referencias datan del siglo pasado ya que sirven como una contextualización sobre la contemporaneidad de este género periodístico de opinión, además de evidenciar el desarrollo en el discurso político individual y colectivo de sus habitantes. En cuanto a las referencias de la digitalización del periodismo, se han usado citas más actuales. Aunque, las fuentes acerca de los nuevos medios, las nuevas tecnologías y las nuevas prácticas sean, en su mayoría, más enfocadas en el acontecer de otros países debido al rápido desarrollo de estos a diferencia del adelanto en Ecuador.

Agelvis, V. (2010) Zapata y la caricatura en *Anuario Grhial*, (4), 43-62.

Ávila, C. (2013). El sistema de comunicación en la Ley Orgánica de Comunicación del Ecuador: Un análisis desde el enfoque de las teorías de sociedad y masas de McQuail. *Chasqui*, N° 71-79.

Anónimo. (21 de mayo de 2018). *Este lunes 21 de mayo propuestas para cambios a la Ley de Comunicación fue presentado en Asamblea Nacional*. Obtenido de Ecuador Inmediato.com:  
[http://ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=wap\\_news\\_view&id=2818837276](http://ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=wap_news_view&id=2818837276)

Borregales, Y. (2017). Importancia de la Caricatura. *Tiempo y espacio*, 18.

Bucci, E. (2012). La Radiodifusión y la Democracia en Brasil. En B. Sorj, *Democracia y Medios de Comunicación* (págs. 75-108). Buenos Aires: Catálogos / Konrad Adenauer

Bustamante, (1996). La cultura política y ciudadana en el Ecuador. En CORDES-PNUD. *Ecuador: un problema de gobernabilidad*, pp. 341-381.



- Cáceres, J. G. (1998). Cibercultura, ciberciudad, cibersociedad hacia la construcción de mundos posibles en nuevas metáforas conceptuales. *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, 9-23.
- Canga Larequi, J. (1989): La prensa y las nuevas tecnologías. Deusto. Bilbao.
- Casero-Ripollés, A. (2016). *Periodismo y democracia en el entorno digital*. Salamanca: Sociedad Española Periodística.
- Casero-Ripollés, A., & A. Gutiérrez-Rubí (2014). ¿Un cambio de paradigma? Democracia y nuevos medios digitales. *Telos*, 98, 44-47.
- Castells, M. (2004). La sociedad red: Una visión global. Madrid: Alianza Editorial.
- Castells, M. (2008). Comunicación, poder y contrapoder en la sociedad red. (I) Los medios y la política. *Telos*, 13-24.
- CIESPAL. (1990). Caricatura. Quito, Ecuador: Quipus.
- Cordicom. (2018). Obtenido de Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación: <http://www.cordicom.gob.ec/>
- Cordicom. (12 de junio de 2018). *Cordicom y Secom sustentan propuesta de reformas a la Ley de Comunicación ante la Asamblea Nacional*. Obtenido de <http://www.cordicom.gob.ec/cordicom-y-secom-sustentan-propuesta-de-reformas-a-la-ley-de-comunicacion-ante-la-asamblea-nacional/>
- CNE. (2011). Consejo Nacional Electoral. Recuperado el 2 de Julio de 2012, de <http://app2.cne.gob.ec/resultados/>
- Davis, A. (2010). Political communication and social theory. London: Taylor & Francis.
- De la Torre, (2000). Populist Seduction in Latin America: The Ecuadorian Experience. Athens: Ohio University Press.

- Díaz Rodríguez, Elaine (2009): "Blogs y periodismo en Cuba: entre el "deber ser" y la realidad", en *Revista Latina de Comunicación Social*, 64, páginas 951 a 967. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna  
[http://www.revistalatinacs.org/09/art/873\\_Habana/74\\_97\\_Elaine\\_Diaz.html](http://www.revistalatinacs.org/09/art/873_Habana/74_97_Elaine_Diaz.html)
- Duplan, P. y Jauneau, R. (1982): *Maquette et mise en page. Texte et images: de la conception graphique à la mise en page électronique*. CEP Editions. París.
- Echeverría, (1997). La democracia bloqueada, teoría y crisis del sistema político ecuatoriano. Quito: Ediciones Letras.
- EcuadorInmediato.com*. (23 de julio de 2018). Obtenido de [http://www.ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news\\_user\\_view&id=2818837276](http://www.ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user_view&id=2818837276)
- El Comercio*. (11 de junio de 2017). Obtenido de <http://www.elcomercio.com/actualidad/reformas-ley-comunicacion-ecuador-asamblea.html>
- El Telégrafo*. (5 de junio de 2018). Obtenido de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/politica/3/gina-benavides-defensora-pueblo-desacuerdo-reformas-loc>
- Estado del país: informe cero. Ecuador 1950-2010*. (2011). Quito: FLACSO Ecuador.
- Ferreres, J. M. (2 de marzo de 2009). Opinión pública y medios de comunicación. Teoría de la agenda setting. *Gazeta de antropología*. N°25
- Follari Roberto. (2009) Los medios como oposición encubierta. Ponencia presentada al Encuentro de Investigadores Argentina-Brasil, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Univ. Nacional de Cuyo, Mendoza (Argentina), Octubre de 2009.
- Foucault, M. (1992). *El orden del discurso*. Buenos Aires: Tusquets Editores.
- Galindo, J.A. (2009). Ciudadanía digital. *Signo y pensamiento*.
- Gellher, Ernest. *Nationalism*. (London: Phoenix, 1998), 7

- Goldman, S. K., & D. C. Mutz (2011). The friendly media phenomenon: A crossnational analysis of cross-cutting exposure. *Political Communication*, 28, 42-66.
- González, J. (2005). *Historia de la Caricatura*. *Revista online topaze*, Febrero 23, 2014.
- Guespin, L. M. (1980). "*Tipología del discurso Político*" en *El Discurso Político*. México: UNAM, Nueva Imagen.
- Habermas, J. (1991 [1962]). The Structural Transformation of the Public Sphere. (T. Burger, Trad.) Cambridge: MIT Press
- Hallin, D., & Mancini, P. (2004). *Comparing Media Systems*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Herrera, M. y Muñoz, A. (2008). ¿Qué es la ciudadanía juvenil? *Acciones e investigaciones Sociales*, 26, 189-206.
- Herrera, M. y Olaya, V. (2013). Intervenciones urbanas y expresiones juveniles. Mefistófeles: entre la colectividad y la individualidad. En R. Rueda, A. Fonseca y L. Ramírez (eds.). *Ciberciudadanías, cultura política y creatividad social* (pp. 187-218). Bogotá: die-Universidad Pedagógica Nacional.
- Huici, A. (2004). "De asesinos natos a guerreros programados: Masculinidad y puntos ciegos en la propaganda de guerra". En *Culturas de guerra: Medios de información y violencia simbólica*, ed. Fernando Sierra y Fernando Contreras, 57-69. Madrid: Cátedra-Plfv,
- Ibarra, H. (2006). *Trazos en el tiempo: la caricatura política en el Ecuador a mediados del siglo XX*. Quito, Ecuador: Museo de la Ciudad.
- Israel, E., & Pou, M.J. (2011). Indagaciones interculturales sobre orígenes y religiones en el humor periodístico. *Cuadernos de Información* (29), 161-172.

- Jan Blommaert, *Discourse. A critical introduction* (Cambridge; CUP, 2005), 2,4.
- Jurado, R. (julio de 2010). El proceso de elaboración de la Ley de Comunicación en el Ecuador. Recuperado el 26 de Junio de 2012, de [www.ciespal.net:328-el-proceso-de-elaboracion-de-la-ley-de-comunicacion-en-ecuador.html](http://www.ciespal.net:328-el-proceso-de-elaboracion-de-la-ley-de-comunicacion-en-ecuador.html)
- DE KERCKHOVE, Derrick. 1999a. La piel de la cultura. Investigando la nueva realidad electrónica. Gedisa. Barcelona (España).
- DE KERCKHOVE, Derrick. 1999b. Inteligencias en conexión. Hacia una sociedad de la web. Gedisa. Barcelona (España).
- Kopytowska,M.,& Kalyango, Y. (2014). *Why discourse matters*. New York: Peter Lang Publishing, Inc.
- Laguna, A. (2003). El poder de la imagen y la imagen del poder: la trascendencia de la prensa satírica en la comunicación social. I/C Revista Científica de Información y Comunicación (1), 111- 129.
- Lara, F. B. (2003). *Antología: Democracia, gobernabilidad y cultura política*. Quito: Flacso, Sede Ecuador.
- Lassa, J., & Turmo, F. (2007). *Las nuevas tecnologías en la formación del periodista: una necesidad real e inmediata*. Zaragoza, España: Universidad San Jorge de Zaragoza.
- Ley Orgánica de Comunicación* . (21 de junio de 2013). Obtenido de [http://www.arctel.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/07/ley\\_organica\\_comunicacion.pdf](http://www.arctel.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/07/ley_organica_comunicacion.pdf)
- Lévy.(2007). *Cibercultura. La cultura de la sociedad digital*. Barcelona: Anthropos/Universidad Autónoma Metropolitana.
- Lozano, M. T. (2011). Ecuador: hacia una democratización de la comunicación. Quito, Ecuador: FLACSO.

- Luna, G. A. (2014). Ecuador: economía y política de la revolución ciudadana, evaluación preliminar. *Apuntes CENES*, 109-134.
- Martínez, M., M. L. Humanes & E. Saperas (2014). La mediatización de la política en el periodismo español. Análisis longitudinal de la información política en la prensa de referencia (1980-2010). *Trípodos*, 1(34), 41-59.
- McQuail, D. (2005). *McQuail's mass communication theory* (5ta. ed.). London: Sage publications.
- Michelena, C. (febrero de 2018). Andrés Michelena (SECOM) entra a reformar Ley de Comunicación:  
[http://www.ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news\\_user\\_view&id=2818832973](http://www.ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user_view&id=2818832973)
- Mora. (2005). *El poder de la conversación. Elementos para una teoría de la opinión pública*. Buenos Aires: La Crujía Ediciones.
- Noci, J. D. (2008). Definición teórica de las características del ciberperiodismo: elementos de la comunicación digital. *Doxa Comunicación: revista interdisciplinar de estudios de comunicación y ciencias sociales* N°6, 53-91.
- Ortiz, R. R. (2008). Cibercultura: metáforas, prácticas sociales y colectivos en red. *Nómadas*, 13.
- Ortiz, R. R. (2015). (Trans)formación sociotécnica, subjetividad y política. *Revista Integra Educativa versión On-line*.
- Pachano. (1996). *Democracia sin sociedad*. Quito: ILDIS
- Proyecto de reforma Ley Orgánica de Comunicación*. (21 de mayo de 2018).  
 Obtenido de  
[file:///C:/Users/dell/Downloads/Proyecto%20de%20reforma%20Ley%20Orga%CC%81nica%20de%20Comunicacio%CC%81n%20\(2\)%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/dell/Downloads/Proyecto%20de%20reforma%20Ley%20Orga%CC%81nica%20de%20Comunicacio%CC%81n%20(2)%20(1).pdf)
- Ramírez. (1999). "Explorando en un agujero negro". *Revista ICONOS* # 7, Quito, FLACSO-Sede Ecuador, abril.

- Ramos, I. (2010). Mucho ruido y pocas nueces: cobertura mediática y participación ciudadana en el debate de la nueva ley de comunicación en Ecuador. En *Dossier: estudios de ciencia, tecnología y sociedad*. Número 37 (pág. 170). Quito, Ecuador: Íconos. Revista de Ciencias sociales.
- Reascos, N. (2011). La cultura, las culturas y la identidad. *Estado del país*, 23-27.
- Reyes, P. (7 de diciembre de 2016). *Scribd*. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/333482225/CU3CM60-REYES-C-PERLA-FENOMENO-PUNTO-COM>
- Romo, M. P. (2012). Ley de Comunicación: ¿Por qué votar no? Recuperado el abril de 2012, de Paularomo.blogspot: <http://paularomo.blogspot.com/2012/04/ley-de-comunicacion-por-que-votar-no.html>
- Salaverría, R. (2005). Cibermedios. El impacto de Internet en los medios de comunicación en España. Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- Sánchez, G. (2012). La caricatura política: sus funcionamientos retóricos. *Razón y palabra* (78).
- Santaella, L. (2004): Navegar no ciberespaço. O perfil cognitivo do leitor imersivo, São Paulo: Paulus.
- Sarmiento, S. (2014). *Diseño de una colección de caricaturas que evidencien la importancia del género*. Cuenca, Ecuador: Universidad del Azuay.
- Secom. (2018). Obtenido de Secretaría Nacional de Comunicación: <https://www.comunicacion.gob.ec/?s=reformas+Ley+de+comunicaci%C3%B3n>
- Silver, D. (2000). "Looking Backwards, Looking Forward: Cyberculture Studies 1990-2000" en: *Web Studies: Rewiring Media Studies for the Digital Age*, Oxford, Oxford University Press.
- Silver, D., & Massanari, A. (2006). *Critical Cyberculture Studies*. Washington: NYU Press.

- Smith, A. (1997) ¿Gastronomía o geología? El rol del nacionalismo en la reconstrucción de las naciones. *Zona abista* (79), 39-68.
- Torres, J.(1993). Las culturas negadas y silenciadas en el currículum. *Cuadernos de Pedagogía* (217), 60- 67.
- Turmo, J. J. (2008). *Las nuevas tecnologías en la formación del periodista: una necesidad real e inmediata*. Universidad San Jorge de Zaragoza.
- UNESCO. (2011). Análisis del Desarrollo Mediático en Ecuador - 2011. Obtenido de [www.unesco.org/quito](http://www.unesco.org/quito)
- Valentino, N., Banks, A., Hutchings,V.,Davis,A. (2009). Selective exposure in the Internet age: The interaction between anxiety and information utility. *Political Psychology* 30 (4), 591-613.
- Vedel, T. (2005). Political communication in the age of the Internet. En G. Maarek, Philippe; Wolsfeld (Ed.), *Political communication in a new era*. New York: Routledge.
- Wenger, E. (1998). *Comunidades de práctica. Aprendizaje, significado e identidad*. Cambridge: Paidós.
- Winner, L. (1980). *Do artifacts have politics?* London: Daedalus.
- Wolf, Mauro. La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas. Buenos Aires, Paidos, 2da reimpresión, 1994.pp. 68-90.
- Yruela, J. G. (2010). *Tecnología de la comunicación e información escrita*. Madrid: Editorial Síntesis.